Textilfachpresse und Textilkonjunktur

Inaugural-Dissertation

zur

Erlangung der Doktorwürde

genehmigt von der

philosophischen Fakultät

der

Friedrich-Wilhelms-Universität zu Berlin

von

Johann Stöhr

aus Berlin-Charlottenburg

Tag der Promotion: 29. Oktober 1936.
Tag der mündlichen Prüfung: 11. Juni 1936.

1936

Dissertationsdruckerei und Verlag Konrad Triltsch, Würzburg

505

Referenten: Professor Dr. Constantin von Dietze.
Professor Dr. Horst Jecht.

R. UNIV.
BIBLIOTHEEK
LEIDEN

Meinen Eltern!

Digitized by the Internet Archive
in 2026

https://archive.org/details/IA41535701_0059

Inhaltsverzeichnis.

		Seite
I. A.	Aufgabe, Durchführung, Begriffsbestimmungen, Erläuterungen	1
B. 1.	Kurze Charakteristik der behandelten Textilfachpresse (Erläuterungen)	9
2.	Kurze Charakteristik der deutschen Textilwirtschaft	11
II.	Die Konjunkturbewegung der deutschen Wirtschaft von 1924—1934	15
III.	Die Konjunkturbewegung der deutschen Textilindustrie von 1924—1934	26
IV.	Existenzgrundlage und Konjunkturabhängigkeit der Presse	47
1.	Die Tagespresse	
	a) Die Existenzgrundlagen	47
	b) Die Konjunkturabhängigkeit	50
2.	Die Fachpresse (Textilfachpresse)	
	a) Die Existenzgrundlagen	53
	b) Die Konjunkturabhängigkeit	56
V.	Exkurs. Werbung in der Textilwirtschaft	
1.	Begriffsbestimmungen	59
2.	Werbung in der Presse	60
3.	Entwicklung des Verhältnisses von Presse und Werbung	61
4.	Die heutige Lage	61
5.	Werbung in der Textilwirtschaft	62
	a) Formen der Werbung, Werbeträger und Werbungtreibende in der Textilwirtschaft	62
	b) Veränderungstendenzen	64
	c) Zusammenfassung	66
6.	Werbung und Konjunktur	67
VI.	Betrachtung der Wirtschaftsbewegungen	76
1.	Die Bewegungsarten	76
2.	Allgemeine Betrachtung der Einzelreihen	78
	a) Die Produktionsindizes aus der Textilwirtschaft	78
	b) Der Index der fünf Textilfachblätter	78
	c) Die Umsatzbewegung des Textileinzelhandels	79
	d) Die Lagerhaltung des Einzelhandels	80
	e) Preisindizes für Textilien	80
3.	Betrachtung der Bewegungen	80
	A. Die Einzelbewegung	
	1. Saisonschwankungen	
	a) der TFP *)	81
	b) der TW **)	82
	2. Die Konjunktur im engeren Sinne	
	a) der TFP	82
	b) der TW	83
	3. Einmalige Veränderungen	
	a) bei der TFP	84
	b) bei der TW	84
	B. Die Bewegungsverflechtung (Korrelation)	85

*) Die behandelte Textilfachpresse.
**) Textilwirtschaft; hier Textilindustrie allgemein und Baumwollindustrie.

Literaturverzeichnis.

Blau, Albrecht: „Der Inseratenmarkt der deutschen Tageszeitungen" Berlin 1932.

Dovifat, Emil: „Allgemeine Zeitungslehre" Berlin 1931.

Groth, Otto: „Die Zeitung" Mannheim 1930, Bd. 3.

Jacobs, Alfred: Artikel: „Grenzgebiete der Repräsentativstatistik" (Allg. Stat. Arch.) Jena 1934/35, Bd. 24.

Kohut, Osw. A.: „Zeitungen und Zeitschriften als Handelsgüter", Wien 1930.

Mamier, Willi: „Die Konjunktur der deutschen Textilindustrie nach dem Weltkriege" Heidelberg 1930.

Preyer: „Die Dawesgesetze" Berlin 1925.

Redlich, Fritz: Artikel: „Reklame und Wechsellagenkreislauf" (Schmoller's Jahrbuch 1935, 59. Jahrg., Heft 1).

Roepke, Wilhelm: „Die Konjunktur" Jena 1922.

Schäfer, Erich: „Grundfragen einer Wirtschaftslehre der Reklame" (Festschrift für Eugen Schmalenbach, Leipzig 1933).

Schürmann, Karl: „Die Struktur der deutschen Textilindustrie" Berlin 1933.

Wagemann, Ernst: „Konjunkturlehre" Berlin 1928.

Derselbe: „Narrenspiegel der Statistik" Berlin 1935.

Wolff, Hellmuth: „Lehrbuch der Konjunkturforschung" Berlin-Wien 1928.

Ala-Zeitungskatalog, Berlin 1935, 60. Jahrg.

Deutsches Wörterbuch, L. u. W. Grimm, Leipzig 1889, Bd. 7.

Handbuch der deutschen Tagespresse, Berlin 1934, 5. Aufl.

Handwörterbuch der Staatswissenschaften, 1929, 4. Aufl.

Konjunkturstatistisches Handbuch 1936, Berlin 1935.

Sperlings-Zeitschriften und Zeitungs-Adreßbuch, Leipzig 1935.

Periodische Veröffentlichungen.

Berliner Lokal-Anzeiger.

Frankfurter-Zeitung.

Jahrbuch für National-Oekonomie und Statistik.

Jahresbericht 1928/29 des Vereins Deutscher Zeitungsverleger.

Deutsche Konfektion, Berlin.

Der Konfektionär, Berlin.

Der Manufakturist, Hannover.

Textilwoche, Berlin.

Textil-Zeitung, Berlin.

(Die in der Arbeit behandelten Jahre)

The Drapers' Record, January 25, 1936.

Vierteljahrshefte zur Konjunkturforschung, Berlin 1926—1935 Teil A und B; ferner die Sonderhefte 6, 9, 22, 32.

Wochenberichte des Instituts für Konjunkturforschung, Berlin.

„Die Lage der verarbeitenden Industrie im Lichte der Leipziger Frühjahrsmesse 1929", Veröfflg. d. I. f. K. und des Stat. Reichsamts, Berlin 1929.

Wirtschaft und Statistik 1924—1934.

Gesetze, Verordnungen und Bekanntmachungen aus Reichsgesetzblatt und Reichsanzeiger. (Jeweils besonders angegeben.)

I. Einleitung.

A. Aufgabe. Durchführung. Begriffsbestimmungen. Erläuterungen.

B. 1. Kurze Charakteristik der behandelten Textilfachpresse. (Erläuterungen).

B. 2. Kurze Charakteristik der deutschen Textilwirtschaft.

1. Die vorliegende Arbeit wird die Beantwortung der Frage versuchen, in welchem Verhältnis die Konjunktur der deutschen Textilindustrie zur Konjunktur eines bedeutenden Teils der Textilfachpresse in einem größeren Zeitraum stand.

2. Zunächst wird hierzu nach eingehender Klärung der verwendeten Oberbegriffe Textilfachpresse und Textilkonjunktur die zu behandelnde Textilfachpresse und die deutsche Textilwirtschaft kurz charakterisiert.

Sodann wird als Hintergrund und Umriß des Ganzen der allgemeine Konjunkturverlauf der deutschen Wirtschaft in den Jahren 1924—1934 in seinen Äußerungen kurz geschildert. Eine nähere Untersuchung der Konjunkturursachen wurde hier ebenso wie in der anschließenden Wiedergabe des Konjunkturverlaufs der deutschen Textilindustrie vermieden, da eine solche, — wollte sie wirklich eingehend sein — weit den Rahmen der Arbeit überschritte und eine gründliche Sonderbehandlung erforderte. Zudem sind diese Gebiete — wie auch in den einzelnen Kapiteleinleitungen noch erwähnt wird — in der Hinsicht bereits recht ausführlich bearbeitet worden.

Der Darstellung des allgemeinen deutschen Konjunkturverlaufs folgt sodann die breitere Schilderung der Konjunkturbewegung der deutschen Textilwirtschaft von 1924—1934.

Hieran schließt sich eine Untersuchung der Existenzgrundlagen und Konjunkturabhängigkeit der allgemeinen Presse und der Textilfachpresse im besonderen.

In einem Exkurs wird darauf die Werbung in der Textilwirtschaft behandelt unter besonderer Berücksichtigung der bewegenden Kräfte der Textilfachpressenkonjunktur und der Möglichkeit einer gewissen privaten Konjunkturpolitik.

Jetzt werden die Ergebnisse zusammengefaßt und das durch Auszählung gewonnene Material über den Verlauf der Konjunkturbewegung der behandelten Textilfachpresse hinzugezogen. Die-

ses Material umfaßt den Zeitraum von 1926 bis 1934. Es wird auf einen Mengenindex gebracht und dann gegen den auf gleicher Basis (1928 = 100) errechneten Index der Textilkonjunktur gestellt.

Die Jahre 1926 bis 1934 werden darauf noch einmal gemeinsam betrachtet. Ein nach den angeführten Ziffern (Indizes) gezeichnetes Kurvensystem wird mengenmäßig sodann die Konjunkturbewegungen vereinigen und die Darstellung veranschaulichen. —

3. Vorerst wird also jetzt die Erfassung der Begriffe Textilfachpresse und Textilkonjunktur notwendig, um über ihre in der Arbeit gewollte Abgrenzung Klarheit zu schaffen.

Dem Begriff Textilfachpresse muß eine größere Betrachtung gewidmet werden, da er bisher in der Literatur noch keine bestimmte Form erhielt. Hierzu wird man am besten auf dem Wege über den bestehenden Begriff Presse und seine Ableitungen gelangen.

Unter Presse allgemein muß zunächst jede Druckschrift eines Landes, jedes Erzeugnis der Druckerpresse, das zur Verbreitung bestimmt ist, verstanden werden. („PRESSE, f. ... 3b) wie franz. presse, der inbegriff der durch den druck (presse 2c [dort: der buchdrucker usw.]) veröffentlichten werke, im engeren sinne die zeitschriften und zeitungen (politische presse) ....." J. u. W. Grimm, Deutsches Wörterbuch, 7. Bd., Leipzig 1889; Artikel Presse, Sp. 2103 ff.) Es hat sich so die Auffassung gebildet, mit „Presse" die periodisch erscheinende Druckschrift zu bezeichnen. Als Fachpresse sind also demnach die periodisch erscheinenden Druckschriften anzusehen, die es als ihre Aufgabe betrachten, einem Fachgebiet durch Meinung und Nachricht zu dienen. (Die Art dieses „Dienens" wird in einem besonderen Abschnitt [„Kurze Charakt. d. T. F. P."] noch ausführlich behandelt.)

In der Regel wird es sich also um Zeitungen oder Zeitschriften handeln. Dabei ist es hier angebracht, die Merkmale zu beschreiben, die einmal Zeitung und Zeitschrift allgemein und dann in ihrer besonderen Eigenschaft als Fach- und Textilfachpresse in Zeitungswissenschaft, Gesetz und Praxis voneinander scheiden.

Die zeitungswissenschaftliche Begriffsbestimung der Zeitung bezeichnet sie als eine von einer wirtschaftlichen Unternehmung ausgehende Veröffentlichung, die aus mechanisch vervielfältigten, in regelmäßigen, möglichst kurzen Zeitabschnitten fortlaufend erscheinenden Blättern besteht und einen universellen, allgemein interessierenden und vorwiegend aus der unmittelbaren Gegenwart geschöpften Inhalt (Nachrichten, Kenntnisse, Ideen und Urteile) hat. (H. d. St. 4. Aufl. 1929; Erg.Bd.: „Zeitungen" von Otto Groth.) „Sie vermittelt jüngstes Gegenwartsgeschehen in kürzester regelmäßiger Folge der breitesten Öffentlichkeit." (E. Dovifat, „Allg. Zeitungslehre", Berlin 1931, S. 9).

Zeitung und Zeitschrift unterscheiden sich zeitungswissenschaftlich hauptsächlich durch die mehr oder weniger große Bevorzu-

gung der Vermittlung jüngsten Gegenwartsgeschehens. Die neueste Nachricht steht bei der Zeitung im Vordergrund — die meinungsmäßige Betrachtung gibt der Zeitschrift das Gesicht.

Das Schriftleitergesetz (SchG vom 4. Okt. 1933; i. Kraft durch VO v. 19. Dez. 1933) unterscheidet Zeitung und Zeitschrift zunächst nicht nach diesem Gesichtspunkt. Es folgte damit der Praxis. Denn schon seit langem sind die Grenzen der Begriffe Zeitung und Zeitschrift verschwommen durch die ungeregelte Verwendung beider Worte für periodische Druckschriften jeder Art. „Zeitungen und Zeitschriften sind Druckwerke, die in Zwischenräumen von höchstens drei Monaten in ständiger Folge erscheinen, ohne daß der Bezug an einen bestimmten Personenkreis gebunden ist." (§ 2,1 SchG). Die Durchführungsverordnung des SchG bringt eine ähnliche Unterscheidung von Zeitung und Zeitschrift wie es die Zeitungswissenschaft tut.

Es heißt dort (§ 8, 1,3 DVO zum SchG vom 19. Dez. 1933): „Zeitungen sind Druckwerke der im § 2 des Gesetzes bezeichneten Art, wenn sie zur Berichterstattung über Tagesereignisse bestimmt sind. Zeitschriften sind Druckwerke der im § 2 des Gesetzes bezeichneten Art, wenn ihre Erörterungen an Tagesereignisse nicht gebunden sind."

Das ist so zu verstehen, daß gefragt wird, welche Voraussetzungen zur Eingliederung (Zulassung) in den Schriftleiterberuf bestehen, nämlich die Tätigkeit an einer p o l i t i s c h e n Zeitung oder Zeitschrift. So wird die Unterscheidung des § 8 DVO zum SchG eben nur aus dem Grund durchgeführt, um die unpolitischen Zeitschriften auszugliedern. Denn für das SchG ist das maßgebliche Unterscheidungsmerkmal, ob die Druckschrift politisch oder unpolitisch ist. Das führt dann der § 10 der DVO zu Ende, indem er sagt: „Politisch ist jede Zeitschrift, die nicht rein wissenschaftlicher oder technischer Art ist oder deren politischen Charakter der Reichsminister für Volksaufklärung und Propaganda nicht aus anderen Gründen verneint." Jetzt tritt die Absicht, nur zwischen politischen und unpolitischen Druckwerken zu scheiden, klar zutage.

Es ist nun nicht ohne weiteres möglich, die behandelte Textilfachpresse hier einzugliedern. Die untersuchte Fachpresse setzt sich aus Druckwerken zusammen, die einmal politische Zeitschriften sind, da sie nicht „rein wissenschaftlicher oder rein technischer Art" sind, wie noch aus dem Abschnitt „Kurze Charakt. der behandelten Fachpresse" hervorgehen wird.

Alle Zeitungen („an Tagesereignisse gebundene Druckwerke") gelten ebenfalls nach dem Gesetz als politisch (§ 8 DVO zum SchG).

So ist es also keine Frage, daß die Textilfachpresse, der sich diese Arbeit widmen wird, den politischen Zeitungen und Zeitschriften im Sinne des SchG zuzurechnen ist.

Jedoch hebt sich die wirtschaftliche Fachpresse (und mit ihr die Textilfachpresse) durch ein anderes Merkmal aus den zeitungs-

wissenschaftlichen und gesetzlichen Begriffsbestimmungen heraus. Zeitungswissenschaft und Gesetz bedingen, wie gezeigt, als Wesensmerkmal der Zeitung und auch der Zeitschrift, daß sie „universell, allgemein interessierend" seien, „der breitesten Öffentlichkeit ... Gegenwartsgeschehen ... vermitteln", „der Bezug an einen bestimmten Personenkreis nicht gebunden sei". (Groht; Dovifat a. a. O.; § 2 SchG). Als bestimmter Personenkreis gilt jede Leserziffer unter 500 (§ 9 DVO zum SchG).

Hier muß die wirtschaftliche Fachpresse abgetrennt werden. Ein besonderes Merkmal trifft hier zu, das so typisch ist, daß damit die wirtschaftliche Fachpresse folgendermaßen zu bestimmen sein dürfte.

Fachzeitungen oder Fachzeitschriften (wirtschaftliche Fachpresse) sind gewerbsmäßig herausgegebene Druckwerke, die in regelmäßiger Folge unter Verzicht auf unbedingte Publizität einem durch sein Fachgebiet abgegrenzten Leserkreis Nachrichten und Meinungen vermitteln.

Die einzelnen Attribute sind hier so zu verstehen.

1. Ein Druckwerk ist die auf dem Wege der mechanischen Vervielfältigung erreichte Multiplizierung eines Originals.

2. Die regelmäßige Folge ist einfach kontinuierlich gedacht (täglich, wöchentlich o. a.) — ohne das Druckwerk dadurch als Zeitung oder Zeitschrift zu charakterisieren.

(Der Sprachgebrauch pflegt hier lediglich nach dem Aussehen willkürlich zu unterscheiden. So wird das ungeheftete, in einzelnen einmal gefalteten und ineinandergelegten Blättern größeren Formats — z. B. „Berliner Format" = übliche Zeitungsgröße — erscheinende Druckwerk meist als Zeitung bezeichnet, gleichviel ob es täglich, wöchentlich oder in sonstigem Abstand erscheint. Das geheftete, mit farbigem Umschlag oder in Buchform herauskommende Druckwerk wird gewöhnlich Zeitschrift genannt, unabhängig von der Häufigkeit der Herausgabe. Beide Bezeichnungen werden in der Praxis ganz nach diesem äußeren Eindruck gegeben, ohne Bezug auf den „betrachtenden" oder „jüngstes Gegenwartsgeschehen vermittelnden" Inhalt).

3. Der Verzicht auf unbedingte Publizität ist so zu verstehen, daß die Fachpresse nicht universell sein kann und ihrem ganzen Wollen und Inhalt nach bewußt auf einen bestimmten Personenkreis zugeschnitten ist. Die Behandlung ihrer Aufgaben geschieht in einer Weise, die Sachkenntnis voraussetzt. Sie beginnt da zu arbeiten, wo das Verständnis der breitesten Öffentlichkeit aufhört. Wenn sie auch an und für sich jedermann zugänglich ist, so liegt trotzdem eine Abgrenzung vor: sie ist für eine bestimmte Personengruppe im Lande (einen Berufsstand, eine Industrie) geschrieben und setzt die Kenntnis ihrer besonderen Lage voraus.

4. Nachrichten sind hier das Fachgebiet berührende fertige Neuigkeiten jeder Art, wie sie die Mitteilung von Gesetzen, Erfindungen, Kursen, Konjunkturbeobachtungen, Moden usw. darstellen.

5. Unter Meinung wird hier die Vermitttlung und Erörterung problematischer Zusammenhänge, Gesetzesauslegung, Markt- und Kursbe-

trachtung, Konjunkturprognose und -analyse, Modebeurteilung oder sonstige das Gebiet des Standes, dem das einzelne Fachorgan dient, mittelbar oder unmittelbar angehende Fragen verstanden.

Folgen wir der obigen Definition der wirtschaftlichen Fachpresse, so erhalten wir unter Berücksichtigung der besonderen Verhältnisse folgende Begriffsbestimmung der Textilfachpresse.

Die Textilfachpresse ist die Gesamtheit der in regelmäßiger Folge gewerbsmäßig herausgegebenen inhaltlich durch bewußten Verzicht auf unbedingte Publizität dazu bestimmten Druckwerke (in Zeitungs- oder Zeitschriftform), ausschließlich den in der Textilwirtschaft tätigen Volksgenossen Nachrichten und Meinungen zu vermitteln, die den gesamten Wirtschaftszweig oder einzelne seiner Sondergebiete unmittelbar oder mittelbar berühren.

Unter Textilkonjunktur wird in der vorliegenden Arbeit der Verlauf der Konjunktur der deutschen Textilindustrie (und als einem ihrer wichtigsten Zweige: der deutschen Baumwollindustrie) verstanden (siehe dazu auch Abschnitt VI!).

Die am Schlusse jedes Jahresabschnitts wiedergegebenen Indizes der allgemeinen Produktion (s. II), der Textilproduktion und der Baumwollproduktion (s. III) sind vom Institut für Konjunkturforschung (I. f. K.) nach den Angaben der Industrie und amtlichen Statistiken ermittelt und auf die Basis 1928 = 100 gebracht.

Anläßlich der Neuberechnung einer Indexziffer, widmet das I.f.K. einen längeren Artikel den Fragen, die bei der Berechnung einer Produktionsindexziffer von Wichtigkeit sind. Die wesentlichen Punkte dieses in einem der Vierteljahrshefte zur Konjunkturforschung (V.z.K.) erschienenen Artikels werden unten wiedergegeben. Das wird einmal einen kurzen Einblick in die Arbeitsmethode des I.f.K. geben. Sodann stellt es klar, welcher Begriffsinhalt den in der vorliegenden Schrift wiedergegebenen Indizes zuzumessen ist. In den erwähnten Ausführungen des I.f.K. heißt es unter anderem (V.z.K. 4. Jhrg. 1930, Teil A, Heft 4, S. 37 ff.):

„In der bisher berechneten Indexziffer waren 19 einzelne Produktionsreihen zusammengefaßt. Inzwischen ist das für Produktionsberechnungen zur Verfügung stehende statistische Material reichhaltiger geworden, teils durch Erweiterung der amtlichen Statistik, zum großen Teil durch produktionsstatistische Erhebungen der Verbände. Die Neuberechnung konnte deshalb auf wesentlich erweiterter Grundlage vorgenommen werden. Es sind nunmehr 31 Einzelreihen in der Indexziffer der industriellen Produktion vereinigt...

„Drei Fragen sind zu klären, bevor die Berechnung einer Produktionsindexziffer in Angriff genommen werden kann. Zunächst die Frage der Reihenauswahl, d. h. die Frage, ob für die Berechnung lediglich direkte Produktionszahlen oder auch Produktionssymptome herangezogen werden sollen. Sodann die Frage nach dem Geltungsbereich der Einzelreihen; „hier ist zu entscheiden, für welchen Produktionskomplex eine Reihe als repräsen-

tativ angesehen werden soll, ob sie lediglich die von ihr unmittelbar erfaßte Teilbranche vertreten soll oder ob ihr eine darüber hinausgehende Geltungskraft etwa für einen ganzen Industriezweig zugeschrieben werden darf. Schließlich ist das Prinzip festzustellen, nach dem die für die Zusammenfassung der Einzelreihen zum Gesamtindex notwendigen Gewichte zu errechnen sind.
„1. Reihenauswahl. Für eine Anzahl wichtiger Industriezweige fehlt es in Deutschland an direkten produktionsstatistischen Erhebungen ... Um dem zu berechnenden Produktionsindex eine breitere Basis zu verleihen, werden oftmals Ersatzreihen herangezogen."

Es folgen in dem Artikel jetzt Beispiele von Ersatzreihen mit einer gleichzeitigen Kritik ihrer Verwendung. In Betracht kommen danach als Ersatzreihen: der Rohstoffverbrauch, Mehreinfuhr, Verbrauch, auch Ausfuhr und Beschäftigung. Jedoch sind bei allen diesen Reihen Momente zu beachten, die einen Gleichlauf von tatsächlicher Produktionsreihe und der Ersatzreihe in Frage stellen können. So sind Rohstoffeindeckung und Rohstoffverbrauch (zur Produktion) in ihrer zeitlichen Folge nicht starr aneinander gebunden.

„Die Rohstoffdispositionen der Unternehmer richten sich nicht allein nach den für die nächsten Monate vorliegenden Aufträgen und der demgemäß für die nächsten Monate zu erwartenden Produktion; sie werden vielmehr außerdem an den wechselnden Preiserwartungen, den wechselnden Eindeckungsmöglichkeiten, den wechselnden Lieferfristen usw. orientiert ...
„Für exportabhängige Industrien wird zuweilen die Ausfuhr als Produktionssymptom verwendet. Beispielsweise dient im Index des „London and Cambridge Economic Service" die Ausfuhr von Lokomotiven, Rädern und Achsen als Repräsentant der Produktion des Maschinenbaus. Für Deutschland sind derartige Möglichkeiten zunächst noch nicht gegeben. Die Erfahrung der letzten Jahre hat gelehrt, daß die Ausfuhrquoten der einzelnen Industrien Deutschlands sich mit den Schwankungen der allgemeinen Wirtschaftskonjunktur stark verändern können und daß sie — nicht zuletzt infolge des Zwanges zur Zahlung von Reparationen (1930) — auch wichtigen strukturellen Veränderungen unterliegen. Zwingende Schlüsse aus der Ausfuhr auf die Gestaltung der Gesamtproduktion werden dadurch verhindert ..."

Nach der Begutachtung des Wertes der verschiedenen Ersatzreihen, kommt das Institut zu dem Schluß (a. a. O. S. 38):

„Bei der Aufstellung der vorliegenden Produktionsindexziffer wurden im allgemeinen nur Produktionsreihen verwendet. Die Heranziehung von Ersatzreihen geschah nur dann, wenn nach der Natur des betreffenden Produktionssymptoms eindeutige Beziehungen zwischen Produktionssymptom und Produktion erwartet werden durften ..."

Nach dieser Besprechung betrachtet das Institut den Geltungsbereich der Einzelreihen (a. a. O., S. 38).

„2. Geltungsbereich der Einzelreihe.

Der Verzicht auf die Verwendung von Ersatzreihen verringert den Kreis der im Produktionsindex erfaßten Industrien. Um die Repräsentationskraft der Indexziffer zu erhöhen, kann daran gedacht werden, Produktionsreihen, die die Produktion nur der Unterbranche eines Industriezweigs wiedergeben, mit dem Gesamtgewicht des ganzen Industriezweigs zu versehen. Dieser Weg ist unbedenklich, wenn die Produktionsbewegungen der Einzelbranchen eines Industriezweigs einen engen Zusammenhang aufweisen ... Überall dort dagegen, wo die differenzierenden Momente stärker hervortreten, sind die Einzelreihen in ihrem Gewicht auf den engeren Geltungsbereich der Reihe zu beschränken. Die Notwendigkeit hierzu hat sich für Deutschland im Jahre 1929 ergeben. Die Produktion nicht nur der verschiedenen Industriezweige, sondern auch der verschiedenen Branchen gleicher Industrien zeigt zunehmende Bewegungsunterschiede ..."

Das Institut spricht dann davon, daß mit der notwendig gewordenen Einführung der Neuberechnung der Indexziffer jeder Einzelreihe nur das Gewicht ihres engeren Geltungsbereichs zuerkannt werde, da aus obigem Grunde die Einzelreihe nicht mehr für ihren ganzen Industriezweig repräsentativ sein kann. Das I.f.K. erläutert sodann die Produktionsindexziffer vom Gesichtspunkt der Gewichtung, d. i. der Ausstattung der Einzelreihe mit einem ihrer Größe entsprechenden Gewicht.

„3. Gewichtung. Die Produktion der einzelnen Industriezweige kann wegen der verschiedenen Mengeneinheiten und des verschiedenen Wertes gleicher Mengeneinheiten nicht ohne weiteres zu einem Mengenausdruck zusammengefaßt werden. Es ist notwendig, vor der Zusammenfassung der verschiedenen Reihen jede Einzelreihe mit einem ihrer „Wichtigkeit" entsprechenden Gewicht zu versehen."

Das Institut erklärt nunmehr die Unmöglichkeit der Verwendung des Werts der Bruttoproduktion als Maßstab für die Wichtigkeit einer Industrie, und kommt auf den von englischen und amerikanischen Statistiken verwendeten Begriff des „value added by manufacturing", der „Wertschöpfung". Dazu wird ausgeführt (a. a. O., S. 39):

„Unter Wertschöpfung versteht man den Wert, der durch den Bearbeitungsprozeß innerhalb der Industrie geschaffen wird. An seinem Zustandekommen sind vorwiegend die zur Herstellung des Produkts aufgewendeten Kosten für Arbeitskraft und Kapitalverwendung beteiligt ..."

„Es war erwünscht, auch für Deutschland eine Wägung der einzelnen Industrien nach ihrer Wertschöpfung vorzunehmen. Da in Deutschland Veröffentlichungen über die Wertschöpfung der einzelnen Industrien nicht vorliegen, war es notwendig, mittelbare Anhaltspunkte zu gewinnen ..."

Hieran schließt sich eine Aufzählung und kritische Betrachtung der Faktoren, die die „Wichtigkeit" einer Industrie oder

eines Industriezweiges möglichst sicher anzeigen. Die Beschäftigtenzahl allein genügt nicht, da sie nicht die Kapitalintensität erkennen läßt und darum zu Fehlschlüssen über das bei den einzelnen Industrien verschiedene Verhältnis von gesamter Produktionsleistung zu Produktionsleistung durch menschliche Arbeitskraft führen kann. Im Gegensatz zu anderen europäischen Instituten berücksichtigt das I.f.K. auch die auf Kapitalverwendung zurückgehende Wertschöpfung. Die Anzahl der motorischen Anlagen bietet hier eine Grundlage der Wertung.

Zur Methode der Berechnung der Gewichte und der Indexziffern folgt nun eine kurze Erläuterung, deren Ergebnis in einer Formel niedergelegt wird; diese Formel enthält die Produktionsdaten und die Gewichtung (aus Wertschöpfung je Mengeneinheit und produzierter Menge). So kommt das Institut zu den Indexziffern, von denen es in dem Artikel abschließend schreibt (a. a. O., S. 41):

> „Die Indexziffer der industriellen Produktion ist weder von Saisonschwankungen noch vom Trend bereinigt. Durch den neuberechneten Index der industriellen Produktion werden rd. 25 v. H. der industriellen Wertschöpfung erfaßt; der Anteil der erfaßten Personen beträgt etwa 28 v. H. Bei der Verwendung des Produktionsindex ist also zu berücksichtigen, daß durch seine Bewegungen nicht die Bewegungen der industriellen Produktion Deutschlands schlechthin wiedergegeben werden, sondern nur die eines — wenn auch wichtigen — Ausschnitts. Für die Konjunkturbeobachtung wird die Brauchbarkeit der Indexziffer hierdurch nicht entscheidend beeinträchtigt, da diesem Ausschnitt in konjunktursymptomatischer Hinsicht eine besondere Bedeutung zukommt. Schlüsse auf den Grad der wirtschaftlichen Tätigkeit werden außerdem vom Institut für Konjunkturforschung nie allein aus den Bewegungen des Produktionsindex, sondern nur unter Mitberücksichtigung aller übrigen Wirtschaftssymptome gezogen ..."

Diese so ermittelten Produktionsindizes also werden es sein, deren Auf und Ab der Arbeit den Vergleich der zwei korrespondierenden Konjunkturen ermöglicht. Sie wurden gleich sorgfältig den besonderen Bedingungen der Textilwirtschaft angepaßt, wo es sich um den Konjunkturverlauf der Textil- und Baumwollproduktion handelt.

Wie bereits betont, soll über die Konjunkturursachen nicht mehr als nötig ausgesagt werden. Die hier vor dem eigentlichen Hauptteil gebrachten Konjunkturschilderungen sollen lediglich mehr geben, als ein rohes Zahlengerüst. Sie haben etwa den an sich bekannten Konjunkturverlauf in die Erinnerung zurückzurufen: sie stellen nicht die Hauptsache sondern den Hintergrund der Arbeit dar. Das Unbekannte — die Textilfachpressenkonjunktur wird gegen das als bekannt Vorausgesetzte: die Textilkonjunktur gestellt.

Diese Behandlungsweise war auch für die Art der Darstellung maßgebend. Nicht jeder geschilderte Zusammenhang wurde

in diesem Teil quellenmäßig belegt. Lediglich für vereinzelte Tatsachen wurde die Quelle jeweils angeführt. Die wiedergegebenen Indizes sind sämtlich, das andere statistische Material fast ausschließlich dem Verfasser aus dem Archiv des Instituts für Konjunkturforschung in Berlin überlassen worden, das es zum größten Teil in seinen Veröffentlichungen (Wochenberichte, Vierteljahrshefte, Sonderhefte, Konjunkturstatistisches Handbuch) verstreut abgedruckt hat. Die anderen Angaben sind — wo nicht die Herkunft direkt angegeben ist — teils aus Artikeln der behandelten Fachpresse, den Handelsteilen verschiedener Tageszeitungen, den Veröffentlichungen des Statistischen Reichsamts, der mannigfachen bestehenden Literatur über Fragen der Textilwirtschaft und der Textilkonjunktur (s. Literaturverzeichnis) und zum anderen Teil aus der Erfahrung durch die längere Beschäftigung in dem Gebiet gewonnen worden.

Letztere (erfahrungsmäßige) Quelle konnte für die Behandlung der Hauptfragen, die die Textilfachpresse zum Gegenstand hat, schon deshalb nur die Einzige sein, weil es sich um zum ersten Mal in diesem Umfange betrachtete Zusammenhänge handelt. —

Die einzelnen kurzen Einführungen werden noch verschiedentlich auf die Darstellungsart und die jeweiligen Bedingungen der Fragenbehandlung eingehen.

B. 1. Kurze Charakteristik der behandelten Textilfachpresse (Erläuterungen).

Die Konjunkturbewegungen von Textilindustrie und Textilfachpresse werden in der vorliegenden Arbeit gemeinsam betrachtet. Wurden dazu im Vorigen die Begriffe Textilkonjunktur und Textilfachpresse kurz gekennzeichnet, so gilt es nun zunächst klarzulegen, was speziell in der Arbeit als Textilfachpresse umfaßt wird und wodurch sich eine Konjunktur bei der behandelten Textilfachpresse feststellen läßt.

Zeitungen und Zeitschriften sind Handelsgüter. Die anfangs gebrachte Begriffsbestimmung will das mit den Worten „gewerbsmäßig herausgegeben" ausdrücken. Die Produktion von Zeitungen und Zeitschriften erfolgt überwiegend zu dem Zweck, durch ihre Veräußerung einen Gewinn zu erzielen. Es finden also auf Herstellung und Vertrieb die allgemeinwirtschaftlichen Grundsätze des Erwerbslebens Anwendung. Dem widerspricht nicht, daß sich bei der Herausgabe von Zeitungen und Zeitschriften meist ideelle Gesichtspunkte mit unmittelbaren kapitalistischen Erwerbsinteressen verbinden. Die letzteren treten allerdings zuweilen stark zurück, z. B. bei einer politischen Zeitung, die aus Parteifonds unterstützt wird oder bei offiziellen Organen. Aber auch die ausgesprochenen Parteiblätter waren in dem behandelten Zeitraum (vor 1933) immer bestrebt, im kapitalistischen Sinne ren-

tabel zu sein. Zeitungen und Zeitschriften dienen, vom Konsumenten aus gesehen, der Befriedigung des Unterhaltungsbedürfnisses und des Mitteilungsbedarfs, sind also ein Gut wie alle Sachen oder Rechte, die zur Deckung gesellschaftlichen Bedarfs bestimmt sind. Sie sind ein wirtschaftliches Gut. (Vgl. Oswald A. Kohut „Zeitungen und Zeitschriften als Handelsgüter", Wien 1930, S. 21 ff.)

Als gewerbsmäßig produzierte Güter haben sie ihre Konjunktur wie jedes andere Produkt. Die hier behandelte Textilfachpresse unterscheidet sich in dieser Hinsicht in keiner Weise von anderen Presseerzeugnissen.

Der Untersuchung liegen fünf Textilfachblätter zugrunde, die allein ca. 45% der gesamten Auflage der deutschen für Industrie und Großhandel bestimmten Textilfachpresse besitzen. Es werden also zweifellos die bedeutendsten Blätter dieses Wirtschaftszweiges betrachtet.

Der Ala-Zeitungskatalog (Berlin 1935; 60. Jg. Teil VI, S. 250 ff.) zählt 29 reine Fachblätter (Zeitungen und Zeitschriften) für Textilindustrie und Textilgroßhandel mit einer Gesamtauflage (Durchschnittsauflage des III. Vierteljahrs 1934) von 151 856. Die hier auf ihre Konjunktur untersuchten fünf Textilfachblätter haben zur angegebenen Zeit davon zusammen die Auflage von 61 211. Die folgende Aufstellung wird die behandelten Fachorgane für den Zweck der Arbeit genügend charakterisieren.

Name	Gründungsjahr	DA III. Vj. 1934	Erscheinungsweise
a) Textil-Zeitung (TZ) Berlin	1869 (1924)	17 038	täglich
b) Textil-Woche (TW) Berlin vereinigt mit	1908	16 530	wöchentlich
c) Deutsche Konfektion (DK) Berlin	1898	6 005	wöchentlich
d) Manufakturist (M) Hannover	1877	11 600	wöchentlich
e) Konfektionär (K) Berlin	1896	10 038	wöchentlich

(Nach „Ala-Zeitungskatalog", a. a. O., S. 250 ff. und Sperlings-Zeitschrift und Ztg.-Adreßbuch, Leipzig 1935, Teil 7x, S. 97 ff.)

Ihrem Wesen nach stimmen die fünf genannten Blätter ziemlich miteinander überein. Ihre Konjunktur wird geschildert nach einer durch Auszählung des zur Werbung verkauften Raumes aufgestellten Reihe der reinen abgedruckten Seitenmenge, die zur Vergleichbarkeit mit der Textilkonjunktur auf einen durch das I.f.K. errechneten Index gebracht worden ist, der gleichermaßen auf 1928 = 100 basiert wurde.

Die Anzeigenteile zerfallen 1. in einen Teil, in dem eigentliche Verkaufswerbung von Industrie- und Großhandelsfirmen der Textilwirtschaft betrieben wird und 2. in einen Teil, der Ge-

legenheitsanzeigen enthält, durch die freigewordene Grundstücke, Maschinen usw. angeboten und gesucht, sowie Stellengesuche und -angebote. Eine Unterteilung in Verkaufswerbung und Gelegenheitsanzeigen konnte nicht durchgeführt werden. Auch auf eine Ermittlung der wertmäßigen „Anzeigenproduktion" mußte verzichtet werden, weil sie von einem Außenstehenden nicht vorgenommen werden kann. Die Preisfestsetzung war in dem behandelten Zeitraum vor 1934 zu unterschiedlich.

Können nun die Angaben über die monatlichen Mengen der abgedruckten Anzeigenseiten als Merkmal für die Beurteilung der wirtschaftlichen Lage der betrachteten Fachpressengruppe dienen?

Die Einnahmen aus den Anzeigen stellen einen erheblichen Teil der Gesamteinnahmen der Fachpresse dar (s. auch S. 47 ff.). Die Veränderungen der Zahl der monatlich abgedruckten Anzeigenseiten würde die Veränderungen ihrer Einnahmen dann richtig wiedergeben, wenn der Preis je Anzeigenseite immer gleich bliebe. Das ist aber nicht der Fall gewesen. Aus den Preislisten, die jedes Presseorgan veröffentlicht hat, ist der Anzeigenumsatz der behandelten Zeit nicht zu errechnen, weil eine Vielzahl von Preisgestaltungsmöglichkeiten gegeben war (Mengenrabatte usw.). Man kann aber davon ausgehen, daß es keiner der betrachteten Druckschriften möglich war, ihre Anzeigenpreise in dem Zeitraum von 1926 bis 1934 wesentlich zu erhöhen; (sicher nicht seit 1930). Wahrscheinlich ist, daß die Einnahmen je Seite sich seit 1930 sogar verringert haben, wie ja alle Preise von diesem Termin ab gesunken sind.

Man kann also folgern, daß das Bild, wie es die Mengenveränderung bietet, die Lageveränderungen darstellt, wobei zu beachten ist, daß es wertmäßig gesehen keinesfalls günstiger, wohl aber ungünstiger sein würde. Der diese Mengenveränderungen wiedergebende Index, den das Institut für Konjunkturforschung auf der Grundlage der gemeinsamen „Anzeigenproduktion" aller fünf Blätter errechnete, darf also sehr wohl als geeignet angesehen werden, ein den tatsächlichen konjunkturellen Schwankungen des Geschäfts der behandelten Textilfachpresse sehr nahekommendes Bild zu bieten.

B. 2. Kurze Charakteristik der deutschen Textilwirtschaft.

Die deutsche Textilwirtschaft ist eine der wichtigsten Wirtschaftsgruppen in Deutschland. Ihr Hauptzweig ist die deutsche Textilindustrie. Sie ist nach der Nahrungsmittelindustrie die zweitgrößte Industrie überhaupt. Die Produktionserhebung des Statistischen Reichsamts von 1928 zeigt eindringlich die hervorragende Stellung der Textilindustrie in Deutschland im Rahmen der Gesamtwirtschaft.

„Die Textilindustrie steht ihrem Produktionswert nach in der vordersten Reihe der großen Erzeugergruppen der deutschen Wirtschaft. Der Bruttowert ihrer Gesamtproduktion kann mit Einschluß der durch die Statistik nicht erfaßten Teile für das Jahr 1928 auf mehr als 10½ Milliarde RM (einschließlich der Bekleidungsindustrie) veranschlagt werden. Davon entfielen auf die in die Statistik einbezogenen Betriebe über 10 Milliarden RM. Die nach Abzug der verarbeiteten Rohstoffe (ohne Berücksichtigung der Abschreibungen usw.) sich ergebende Neuwertschöpfung durch beschäftigte Personen, Maschinen und Kapitalien usw. belief sich für die gesamte Textilindustrie auf etwa 4,8 Milliarden RM, für die durch die Statistik erfaßten Zweige allein auf 4,5 Milliarden RM ... Vergleichsweise sei erwähnt, daß die Wertschöpfung des Bergbaus und der Kohlen-, Eisen- und Hüttenindustrie (ohne eisen- und metallverarbeitende Industrie) im Jahre 1928 die Höhe von insgesamt rund 5 Milliarden RM erreichte. In den statistisch erfaßten einzelnen Zweigen der Textilindustrie betrug (in Milliarden RM):

	Bruttoproduktion	Rohstoffv.	Wertsch.
Spinnerei und Zwirnerei	2,9	2,1	0,8
Weberei	3,9	2,0	1,9
Wirkerei	1,4	0,6	0,8
Bekleidungs-Industrie	2,0	1,0	1,0
Textilindustrie insgesamt	10,2	5,7	4,5

(W. u. St. 1931, 11. Jhrg. Nr. 2, S. 48.)

Mit 2,33 Mill. (Textilind. 1,206 Mill., Bekleid.-Gewerbe 1,127 Mill.) Beschäftigten stellte 1925 die Textilindustrie 12% der in Industrie und Handwerk Tätigen oder 8,6% der Gesamterwerbstätigen, wenn man die im Textilgroß- und -kleinhandel Beschäftigten mit einschließt. (Vgl. Karl Schürmann, „Die Struktur der deutschen Textilindustrie", Berlin 1933, S. 14.)

Der Textilwarenhandel stellt die größte Gruppe des deutschen Handels überhaupt dar. Von 69 569 deutschen Handelsbetrieben, die unter das Aufbringungsgesetz fielen, mit einem Betriebsvermögen von 6,8 Milliarden RM umfaßt der Textilhandel allein 16 248 Betriebe und 1½ Milliarde RM Betriebsvermögen. Ein Viertel aller deutschen Warenhandelsunternehmungen gehören zum Textilhandel, 22,4% des im deutschen Warenhandel arbeitenden Betriebsvermögens sind im Textilhandel vereinigt. Der Textilwarenhandel ist über diese kurzen Angaben hinaus hier nicht weiter von Interesse.

Die Textilindustrie hat sich im Laufe der Entwicklung außerordentlich aufgeteilt, entsprechend der Zunahme sowohl der textilen Rohstoffe und ihrer Zubereitungsmethoden, wie auch der sich daraus ergebenden differenzierteren Ansprüche der Verbraucher. Gehören doch zur Textilindustrie alle Unternehmungen, die sich mit der Herstellung der verschiedenartigsten Artikel für die Zwecke der Bekleidung, Verpackung, Zimmerausstattung,

Möbelbespannung und -auspolsterung, für Segel, Tauwerk, Zwecke technischer Art usw. befassen. Im üblichen Sinn wird allerdings unter Textilindustrie diejenige Produktionsgruppe verstanden, die Gegenstände des Kleidungs- und Wohnungsbedarfs erzeugt, und auch wertmäßig durchaus an der Spitze steht. (vgl. K. Schürmann, a. a. O., S. 10). Hinzu kommt noch die Veredlungsindustrie, deren Arbeitsgebiet die Vor- und Nachbehandlung des verschiedenen Werkstoffs von der Faser bis zum Gewebe ist. Ihre Bedeutung leitet sich daher ab, daß die Veredlung zum größten Teil die Rohstoffe erst verwendungsfähig macht.

Nach der Art der verarbeiteten Grundstoffe teilt sich die Textilindustrie ferner auf in Baumwoll-, Woll-, Natur- und Kunstseiden-, Leinen- und Juteindustrie. Die bedeutendste Gruppe ist die Baumwollindustrie, auf die allein mehr als die Hälfte des Gesamtproduktionswertes der Textilindustrie entfällt.

Die der ganzen Textilindustrie gemeinsamen Rohstoffe — Baumwolle, Wolle, Seide, Flachs, Hanf und sonstige Spielarten von Tierhaaren und Pflanzenfasern weisen sofort auf die Sonderstellung dieser Wirtschaftsgruppe in der Handelsbilanz hin. Sie ist der größte Importeur und einer der wichtigsten Exporteure von Rohstoffen, Halb- und Fertigfabrikaten. Die Art der Rohstoffe zwingt zum Import; die den möglichen inländischen Absatz weit übersteigende Produktionskapazität zwingt zum Export. Diese Situation ist typisch für die deutsche aber auch die gesamte europäische Textilindustrie. An Problemen ist also kein Mangel, zumal die zunehmende Selbstversorgung der einstigen Exportzielländer die Ausfuhr mehr und mehr erschwert.

Eine andere Eigenart der Textilwirtschaft, die sich besonders in dem hier gerade behandelten Zeitraum in steigender Weise bemerkbar machte, leitet sich aus der Art ihres Produkts als eines Konsumguts ab, das im Hinblick auf seine Nachfrage äußerst elastisch ist. Die Kaufkraft des letzten Verbrauchers bestimmt den Absatz. Die geringsten Einkommensschwankungen spiegeln sich in Bedarfsveränderungen wider, denn die Nachfrage in ruhigen Zeiten überschreitet den genauen Bedarf aus mancherlei Gründen psychologischer und sozialer Art erheblich. Der Konsument hat dadurch immer eine Rücklage für schlechte Zeiten, die der Industrie recht gefährlich werden kann, da so eine geringe Einkommensminderung eine im Verhältnis ungleich stärkere Bedarfseinschränkung mit sich bringen kann. Diese Situation ließ in der Textilwirtschaft eine Gewohnheit entstehen, die sich langsam aus der in jenen Jahren immer zunehmenden Einkommensminderung entwickelte, und dabei zugleich eine die Textilindustrie belastende neue Eigenart mitbrachte.

Die Textilindustrie arbeitet normalerweise für den Handel, d. h. für die Lager des Groß- und Einzelhandels. Diese Handelslager halten die Nachfrage bei der Industrie von zu großen Schwankungen frei, so daß eine gewisse Kontinuität der industriellen Beschäftigung gewährleistet ist. Die Frage, wer das

Lagerrisiko tragen soll, war also ursprünglich bedeutungslos, denn sie war eindeutig Sache des Handels. Langsam jedoch (etwa seit 1928) hat der Handel — unter dem Druck, sein Kapital möglichst häufig umzusetzen — das Lagerrisiko der Industrie zugeschoben. Der Handel — als Besteller — hatte ohne weiteres die Oberhand und nutzte sie ohne Rücksicht auf die Folgen für die Beschäftigung der Industrie. Es handelt sich hier nicht nur um eine einfache Risikoverschiebung, sondern letzten Endes um eine unmittelbare Konjunkturursache für die Produktionssphäre der Textilindustrie (siehe auch S. 33; 36 ff.).

Das mag zunächst genügen, die besondere Lage der deutschen Textilindustrie in Erinnerung zu bringen, die sich einmal aus ihrer tiefgehenden Verflechtung mit dem Weltmarkt, seinen Preisen und auch seiner Konjunktur herleitet. Dann aber wird nun die andere Eigenart dieser Industrie klargelegt sein, die herrührt von der Produktion eines „elastischen" Konsumguts, das zu Zeiten der Einkommensminderung empfindlichen Bedarfseinschränkungen unterworfen ist, mit deren Auswirkungen schließlich die Industrie belastet wurde. Hinzu kommt die Abhängigkeit ganzer Gruppen der Industrie von Modeschwankungen, für die die vielfachen Möglichkeiten der gemeinsamen Verarbeitung von Rohstoffen und das so unterschiedliche Aussehen der textilen Konsumartikel eine Voraussetzung ist, ferner noch die Abhängigkeit von den unsicheren Ernte- und Witterungsverhältnissen der Rohstoffländer.

Alle diese Einzelbedingungen, die ineinandergreifen, sich aufheben, verstärken und ständig das Bild beunruhigen, machen es sicher schwierig, den wahren Ursachen einer Textilkonjunktur im ganzen nachzugehen. Die mannigfaltigen Einzelzweige der Textilindustrie können sich konjunkturell höchstens annäherungsweise in einem „Produktionsindex der gesamten Textilindustrie" ausdrücken lassen. Dieser Produktionsindex enthält mit etwa sieben Einzelreihen die wichtigsten Zweige der Textilindustrie (wie Wolle-, B.-Wolle-, Leinen- u. a. Spinn. u. Web.). Er wird in Tabellenform am Ende jeden Jahresabschnitts stehen und die gemeinsamen Produktionsergebnisse in ihren monatlichen Schwankungen wieder geben. Jedoch ist es aus obigen Bedenken heraus besser, wenn sein Verlauf nicht allein der Gradmesser für die Bewegungen ist. Darum ist ihm der Produktionsindex der Baumwollspinnerei und -weberei (gleichfalls ermittelt vom I.f.K.) zur Seite gestellt worden. Die überragende Stellung der Baumwollindustrie in der Textilindustrie und auch ihre Bedeutung für die Textilfachpresse ließen diese Auswahl am vorteilhaftesten erscheinen. Hier ist also zur Sicherung des Ergebnisses noch einmal der Verlauf der Wirtschaftsbewegungen eines einzelnen Industriezweiges neben den der gesamten Industrie gestellt, was zugleich aufschlußreiche Vergleiche darüber zuläßt, wie weit die Kurve der Baumwollindustrie den Kurvenverlauf der gesamten Textilindustrie beeinflußt.

Ist nun ein Produktionsindex überhaupt geeignet, den Kon-

junkturverlauf wiederzugeben? Diese Frage kann bejaht werden, wenn man davon ausgeht, daß die tatsächlich produzierte Warenmenge schließlich das Ergebnis des Zusammenwirkens aller der Kräfte ist, die zur Konjunktur (d. h. zur Wirtschaftsbewegung zunächst in jedem Sinne) führen. Dieses Ergebnis ist der Ausdruck der Gesamtbewegung. Da sich die konjunkturelle Phasenfolge in der Zeit nach dem Kriege in sehr viel kürzeren Abständen als vordem zeigt, ist zur möglichst eindringenden Konjunkturschilderung die kürzeste Folge der Daten besonders günstig. Diese Erwägungen lassen das Institut für Konjunkturforschung seine Erhebungen in Monatsziffern berechnen und veröffentlichen. Diese monatlichen Indizes sind in Deutschland die einzigen, die in regelmäßiger Folge nach einheitlicher Berechnung den hier zu betrachtenden Zeitraum umfassen. Ihre Berechnungsart, von der oben ein kurzes Bild gegeben wurde, die ständigen Vergleiche mit den staatlichen Veröffentlichungen und die besonders breite Grundlage des Erhebungsmaterials geben fraglos eine gute Gewähr für ein den tatsächlichen Gegebenheiten gemäßes Bild. Diese Produktionsindizes sind also für den vorliegenden Zweck besonders geeignet.

Jedoch nicht die Ziffer allein darf eine Entwicklung wiedergeben. Es gehört hinzu die Erfahrung aus der Beschäftigung mit dem behandelten Gebiet und der daraus sich ergebenden Bestätigung eine Zahlenfolge. Wie sehr dieser Gedanke in Geltung ist, zeigte auch Alfred Jacobs in einer Veröffentlichung über die Grenzgebiete der Repräsentativstatistik, in der es u. a. heißt: „Die nur zahlenmäßige Feststellung nützt in den meisten Fällen sogar herzlich wenig, wenn ihr nicht auf Grund umfassender Kenntnis der Zusammenhänge die richtige Deutung gegeben wird." (Alfred Jacobs, Grenzgebiete d. Repräs.-stat.; Allg. Stat. Arch., Jena 1934/35, Bd. 24, S. 250.) Bei der nachfolgenden Schilderung der Wirtschaftsbewegungen ebenso, wie auch in der schließlichen Betrachtung der beiden grundlegenden Vorgänge von Textilindustrie und Textilfachpresse, wird dieser Auffassung entsprechend vorzugehen versucht.

II. Die Konjunkturbewegung der deutschen Wirtschaft von 1924—1934.

Der an und für sich bekannte Verlauf der Konjunkturbewegung der deutschen Wirtschaft läßt es, wie eingangs erwähnt, vorteilhaft erscheinen, diesen Teil der Arbeit so kurz wie angängig zu fassen. Dieser Abschnitt soll lediglich den großen Umriß abgeben, der notwendig ist zum eventuellen Vergleich und zur Überleitung auf die eigentliche Untersuchung. Aus diesen Gründen wird eine Beschränkung auf eine stichwortartige Schilderung des

Konjunkturablaufs des ganzen Zeitraums genügen. Produktionsindex, Beschäftigung, wenn besonders kennzeichnend auch Großhandelspreisindex und Kursniveau, sowie Konkurse werden als die Symptome gewertet, die als am geeignetsten gelten dürften, den Ablauf der Konjunktur so deutlich, wie es für den Zweck dieses Teils der Arbeit notwendig ist, zu zeigen.

Der übliche Konjunkturrhythmus stellte sich nach der Stabilisierung in Deutschland sogleich wieder deutlich ein. Sprachen die Konjunkturbeobachter früher von 6-, 7-, 8-jähriger Dauer eines Konjunkturzyklus mit zuweilen mehrjähriger Dauer der einzelnen Phasen, so müssen wir jetzt ein äußerst rasches Durchlaufen der ganzen Phasenfolge in wenigen Jahren feststellen.

So sieht zum Beispiel die Konjunkturbewegung für die ersten Jahre nach der Inflation in großen Zügen folgendermaßen aus:

Tiefstand (Depression)	. . . Nov. 23	— Juni 24
Aufschwung	. . . Juli 24	— Jan. 25
Hochspannung	. . . Febr. 25	— Sept. 25
Krisis	. . . Okt. 26	— Jan. 26
Tiefstand	. . . Febr. 26	— April 26
Aufschwung	. . . Mai 26	— Dez. 26

(V. z. K. 1926, 1, S. 47 und 1926, 4, S. 122.)

Im einzelnen erhalten wir dann von dem Konjunkturverlauf der deutschen Wirtschaft das folgende Bild.

1924.

Dieses Jahr steht noch ganz im Zeichen des Wiederaufbaus der durch Krieg und Inflation erschöpften Wirtschaft. Maschinen wurden ergänzt, Läger aufgefüllt. Nahrungsmittel und Bekleidung als notwendige Verbrauchsgüter standen in erster Reihe in den Jahren 1924 und 1925. Der gesamte Wiederaufbau hat dann etwa 1927/28 seinen Abschluß gefunden.

Die untenstehenden zwei Übersichten geben ein gutes Bild dieser Investitionstätigkeit der deutschen Wirtschaft. Sie zeigen die Ergänzung der Anlagen und der Vorräte bei den Verbrauchsgüter- und Produktionsgüterindustrien. Es genügt hier, darauf hinzuweisen, daß — trotzdem in den fünf Jahren (1924—1928) auf die Produktionsgüterindustrien über zwei Drittel der Anlageninvestitionen fallen — die Konsumgüterindustrien in den ersten drei Jahren 55,3% der Gesamtinvestitionen umfassen. (Als Konsumgüterindustrien werden hier angesehen: Textilindustrie, Bekleidungsgewerbe, Nahrungs- und Genußmittelindustrie und verschiedene Verbrauchsgüterindustrien wie Herstellung von Eisenwaren, von chemischen Konsumgütern, optische Industrie u. a. m.) Der riesige Verbrauchsanstieg ist hierfür die Ursache. Zuerst baute die Wirtschaft den Apparat für die vordringlichsten Güter wieder auf — Bekleidung und Nahrungsmittel.

Enger an die Konjunktur gekettet sind die Läger. Auch hier

finden wir 1924 — bedingt durch die gewaltige Nachfrage — einen außerordentlichen Anstieg. Auch hier ist der Unterschied zwischen Produktions- und Konsumgüterindustrien bemerkenswert. Die in dieser Arbeit besonders interessierende Konsumgüterindustrie steht mit 52% der Gesamtinvestitionen an Vorräten an erster Stelle. Das Depresisonsjahr 1926 zeigt seinen hemmenden Einfluß besonders kraß (siehe Tabelle).

Wie schon aus dem obigen kurzen Exkurs verständlich ist, stellt sich das Jahr 1924 als ein nur noch von leisem Mißtrauen

Neuanlagen.

Aus V. z. K. Sonderh. 22, 1931, S. 18, 19.

Jahr	Gesamt-Industrie*)	Produkt.-güt.-Industrie	(Millionen RM.) Verbrauchsg.-Industrie
1924	329	206	123
1925	975	631	344
1926	484	309	175
1927	865	622	243
1928	1 010	734	276
1924—1928	3 663	2 502	1 161
	in v. H.		
1924	9,0	8,2	10,6
1925	26,6	25,2	29,6
1926	13,2	12,4	15,1
1927	23,6	24,9	20,9
1928	27,6	29,3	23,8
1924—1928	100,0	100,0	100,0

*) ohne Ausschaltung des industriellen Wohnungsbaus.

Vorratsveränderung.

Jahr	Gesamt-Industrie**)	Produkt.-güt.-Industrie	(Millionen RM.) Verbrauchsg.-Industrie
1924	+ 2 166	+ 895	+ 1 271
1925	+ 1 070	+ 651	+ 419
1926	— 982	— 572	— 410
1927	+ 1 430	+ 609	+ 821
1928	+ 924	+ 627	+ 297
1924—1928	+ 4 608	+ 2 210	+ 2 398
1924	+ 47,0	+ 40,5	+ 53,0
1925	+ 23,2	+ 29,5	+ 17,5
1926	— 21,3	— 25,9	— 17,1
1927	+ 31,0	+ 27,5	+ 34,2
1928	+ 20,1	+ 28,4	+ 12,4
1924—1928	+ 100,0	+ 100,0	+ 100,0

**) Ohne den stillen Lagerzuwachs, dessen Aufteilung nicht möglich ist.

(Kreditrestriktion) beschattetes, im ganzen konjunkturell gutes Jahr dar, was um so bemerkenswerter ist, als doch auf Deutschland schwer der Druck des Dawesplans lastet mit all seinen psychologischen und tatsächlichen Auswirkungen. Die Produktion steigt stetig. Der Produktionsindex wichtiger Grundstoffe (1913 = 100) geht von Januar mit 59,3 glatt aufwärts bis April mit 89,8 und kommt nach kurzer Unterbrechung (Mai 53,6) im Dezember auf 96,9. Die Arbeitslosenzahl sinkt. Kamen im Januar 1924 noch auf 100 offene Stellen 650 Arbeitsgesuche, so sank diese Zahl schon im Februar auf 546 und dann weiter bis Mai auf 235 und bis Dezember (mit dem saisonbedingten Ansteigen) auf 338. Das Jahr 1924 — das erste Erholungsjahr nach dem Kriege — brachte die ersten Versuche zu einer allgemeinen wirtschaftlichen Ausweitung und Auffüllung auf die dem Lande gemäße Kapazität. Die zweite Hälfte dieses Jahres zeigt alle Zeichen eines weiteren Aufschwungs.

1925.

Die allgemeine Investitionstätigkeit hält an, ja, da sich die Kreditrestriktionen lockern und das Vertrauen wächst, kommt es sogar zu einer gewaltigen Anstrengung beider Industriegruppen im Hinblick auf die Erneuerung und Ergänzung der Anlagen im Laufe des Jahres (s. Tabelle).

Der Aufschwung setzt sich fort in den Januar hinein und geht in die Phase der Hochspannung über, die bis September währt. Der September bringt die Krisis. Die Ziffer der Konkurse springt vom August mit 751 zum September 914 und von dort im Oktober 1164 und kommt im Januar 1926 auf 2092. Der Prozentsatz von Vollarbeitslosen der Arbeiterfachverbände steigt von September 1925 bis Januar 1926 von 4,5 auf 22,6.

Der für das Jahr 1925 vom Institut für Konjunkturforschung errechnete industrielle Produktionsindex zeigt diesen Bruch im September recht deutlich.

Produktionsindex 1925 (1928 = 100)

(Ohne Nahrungs- u. Genußmittel)

Januar	85,2	Juli	83,4
Februar	87,5	August	82,3
März	87,0	September	83,6
April	87,7	Oktober	81,7
Mai	86,3	November	81,6
Juni	86,7	Dezember	74,4

1926.

Der Krisis folgte die langanhaltende Depression, die ihren Tiefpunkt Ende April erreichte. Von da an ist eine leichte Erholung zu bemerken. Im August hatte die Depression ihren Abschluß gefunden. Mitte November beginnt ein unbestreitbarer

Aufschwung — begünstigt durch den englischen Kohlenarbeiterstreik. Die Umsätze auf dem Effekten- und auf dem Warenmarkt nehmen zu. Von den durch die Jahreszeit ohnehin benachteiligten Gewerbezweigen (Bau-, Bekleidungsgewerbe, Landwirtschaft) abgesehen, ist der Beschäftigungsgrad allgemein gestiegen. Das durchschnittliche Kursniveau (v. H.) unterstreicht diese Entwicklung. Es liegt im Mai bei 93,5, im August bei 117,5, im November bei 140,7.

Der Produktionsindex zeigt nun den Konjunkturverlauf dieses Jahres ganz deutlich.

Produktionsindex 1926 (1928 = 100)

(Ohne Nahrungs- u. Genußmittel)

Januar	69,2	Juli	70,6
Februar	69,8	August	75,0
März	71,2	September	78,8
April	71,0	Oktober	89,6
Mai	73,1	November	93,9
Juni	74,4	Dezember	93,0

1927.

Die im November 1926 anhebende Aufwärtsbewegung setzte sich im beschleunigten Tempo fort. Der Prozentsatz der Vollarbeitslosen sinkt: Januar 16,5; Febr. 15,5; März 11,5; April 8,9; Mai bis Juli auf 5,5; im Oktober bis 4,5 (% von 100 Mitgliedern der Gewerkschaften). Der Produktionsindex der Verbrauchsgüterindustrie (1928 = 100) steigt von Januar bis November von 92,0 auf 101,6. Die Hochspannung war im August eingetreten. Im September war das Maximum erreicht. Die Beschäftigung geht zurück — mehr als jahreszeitlich bedingt. Der allgemeine Produktionsindex rutscht ab; seine Ziffern geben die konjunkturelle Bewegung am besten wieder.

Produktionsindex 1927 (1928 = 100)

(Ohne Nahrungs- u. Genußmittel)

Januar	98,1	Juli	107,7
Februar	97,8	August	110,0
März	100,6	September	110,0
April	101,7	Oktober	102,6
Mai	104,3	November	102,2
Juni	103,5	Dezember	97,7

1928.

Die Beschäftigung geht zurück. Die Konsumgütererzeugung sinkt bis Ende Februar 1928 um 4,6%, die Produktionsgütererzeugung um 2,4%. „Von einer Stabilisierung der Konjunktur kann nicht gesprochen werden; die Lage ist durchaus labil", schreibt das Institut für Konjunkturforschung Ende Februar 1928 (V. z. K. 2. Ihrg. 1927, Heft 4).

Produktion und Beschäftigung sinken weiter. Die Umsatzmengen verringern sich bei steigenden Preisen.

Der unten vollständig wiedergegebene allgemeine Produktionsindex zeigt deutlich die unsichere Situation dieses Jahres. Großhd.-Preisindex (gesamt; 1913 = 100) Januar 138,7; Februar 137,9; März 138,5; April 139,5; 2. Vierteljhr.-Durchschn. 140,7; 3. Vierteljhr.-Durchschn. 141,0; November 140,3. Interessanterweise steigt die Arbeitslosenziffer nur ganz langsam bis November sogar erst nach einem Abfallen bis Juni: Januar 11,2; Februar 10,4; März 9,2; April 6,9; Mai 6,3; Juni 6,2. Aber dann von Juli mit 6,3 bis November auf 9,5 und dann im Dezember sprunghaft auf 16,7 (v. H. Vollarbeitslose von je 100 Gewerkschaftsmitgliedern). Mitte November 1928 urteilt das I. f. K. (V. z. K. 3. Jhrg. 1928, Heft 3 A, S. 5): „Der Konjunkturabschwung, der seit Herbst 1927 festzustellen ist, hat sich, wenn auch verlangsamt, fortgesetzt. Produktion und Beschäftigung sind weiter rückläufig. Nach wie vor bewegen sie sich jedoch auf hohem Stand ... Die Produktionsumsätze sind sowohl mengen- wie wertmäßig zurückgegangen ... Durch Arbeitskämpfe ist ein erhöhtes Unsicherheitsmoment in der Wirtschaft entstanden, das bei längerem Andauern zu neuen Spannungen führen könnte." Und (V. z. K. 3. Jhrg. 1928, Heft 4, S. 5): „Die Produktion hat ihren Abstieg fortgesetzt. Die Arbeitslosigkeit hat — auch konjunkturell — beträchtlich zugenommen... Im Ganzen bietet die Wirtschaftsbewegung das Bild eines fortschreitenden Konjunkturabschwungs."

Ganz klar spiegelt sich die Lage in dem Produktionsindex, der dieses bedeutende Wendejahr der Konjunktur typisch wiedergibt.

Produktionsindex 1928 (1928 = 100)

(Ohne Nahrungs- u. Genußmittel)

Januar	99,9	Juli	101,8
Februar	102,8	August	104,1
März	106,1	September	106,3
April	100,6	Oktober	97,9
Mai	98,3	November	88,8
Juni	100,7	Dezember	93,4

1929.

Der Abschwung geht weiter, zunächst bis zur Jahresmitte etwas gehemmt durch die Bereitstellung öffentlicher Mittel zum Wohnungsbau und Zunahme des Auslandabsatzes. So steigt in diesen Zweigen sogar der Beschäftigungsgrad. Der Geldmarkt ist erneut angespannt. (Reichsbankdiskont: 7½%). Für Ende Mai diagnostiziert das I. f. K. (V. z. K. 4 Jhrg. 1929, Heft 1, S. 5): „Anspanung des Geldmarktes, sinkende Effektenkurse und Preisrückgänge auf dem Warenmarkt kennzeichnen demnach die Lage, die vorerst keine Besserung, sondern eher eine Zunahme der Schwierigkeiten erwarten läßt." Und Ende November (V. z. K. 1929, 4.

Jhrg., Heft 3, S. 5): „Die Arbeitslosigkeit steigt mehr als saisonüblich. Auftragseingang und Rohstoffeindeckung nehmen ab. Produktion und Umsatz konjunkturempfindlicher Waren sinken. Die Wirtschaft dürfte jedenfalls nicht mehr weit davon entfernt sein, in eine konjunkturelle Depression einzutreten." Die Prozentzahl der Vollarbeitslosen (der Gewerkschaften), die Dezember 1928 16,7 betragen hatte, stieg im Januar 1929 auf 19,4, im Februar auf 22,3 (2 460 760 Hauptunterstützungsempfänger); und nach dem saisonüblichen Absinken bis auf 8,5% im Juni, kletterte die Kurve bis Dezember wieder auf 20,1. Die Indexziffer der Großhandelspreise im Monatsdurchschnitt (1913 = 100) sank von Januar mit 139, bis Dezember auf 134 mit der Tendenz zum weiteren Abrutschen (Januar 1930 = 132). Der Produktionsindex hielt sein Abgleiten an und für sich in Grenzen (Auslandsabsatz); Oktober bis Dezember von 105,8 auf 101,1 (1928 = 100).

Der Jahresdurchschnitt hat sich immerhin noch auf 101,4 gehalten. Trotzdem ist die Abschwungstendenz unverkennbar.

Produktionsindex 1929 (1928 = 100)

(Ohne Nahrungs- u. Genußmittel)

Januar	93,2	Juli	102,6
Februar	89,5	August	102,9
März	98,6	September	102,4
April	105,9	Oktober	105,8
Mai	104,6	November	103,8
Juni	106,1	Dezember	101,1

1930.

Der sehr hohe Stand der Arbeitslosigkeit kennzeichnet den Beginn dieses Jahres. Die Produktion geht im Ganzen weiter zurück. Die Arbeitslosigkeit nimmt rapid zu. Der Dezember 1929 hatte 1 984 811 Hauptunterstützungsempfänger, der Januar 1930 schon 2 482 648, eine Ziffer, die bis Dezember noch um fast eine halbe Million stieg. Die Indexziffer der Großhandelspreise fiel von 132 im Januar auf 118 im Dezember (1913 = 100).

Der Produktionsindex läßt den immer geschwinder vor sich gehenden Abschwung in seiner ganzen Stärke sichtbar werden.

Produktionsindex 1930 (1928 = 100)

(Ohne Nahrungs- u. Genußmittel)

Januar	93,4	Juli	81,8
Februar	91,7	August	83,7
März	94,3	September	82,7
April	94,0	Oktober	84,5
Mai	91,5	November	82,0
Juni	87,7	Dezember	78,3

1931.

Der Abschwung beginnt sich zu verlangsamen. Infolge der scharfen Verbrauchseinschränkungen der vorangegangenen Zeit

macht sich in der Konsumgüterindustrie eine leichte Belebung bemerkbar. Der Index der Konsumgüterindustrie (1928 = 100) steigt leicht von Januar mit 88,7 bis Juni auf 92,1, fällt dann aber bis Dezember wieder auf 84,1. Trotzdem steigt die Arbeitslosigkeit. Das Arbeitseinkommen vermindert sich. Die Preissenkung macht aber den Einkommenswegfall bei weitem nicht wett. Große Teile der Welt sind von dem allgemeinen Niedergang erfaßt. Im Herbst beginnen die ersten scharfen Kreditabzüge der ausländischen Gläubiger (13. Juli!). Die Arbeitslosenziffer steigt — nach kurzer saisonmäßiger Entlastung — weiter beschleunigt an. Von 21 Millionen Arbeitern und Angestellten sind nur noch 16 Millionen beschäftigt. Eine Notverordnung im Dezember (8. XII.) setzt Löhne, Gehälter, Preise, Mieten herab, um der immer bedrohlicher werdenden Entwicklung entgegenzutreten. „Produktion und Absatz sind anhaltend abwärts gerichtet ... Die Zerüttung der Kreditmärkte hat eher noch zugenommen. Auftragseingang und Rohstoffdispositionen, Symptome von Produktionsplanungen und -vorbereitungen, verharren im Rückgang", schreibt das I. f. K. Mitte Dezember 1931 (V. z. K. 1931, Heft 3, S. 4). Vollarbeitslose Industriearbeiter (v. H.): Januar 37,2; Juli 33,8; Dezember 45,9.

Der Produktionsindex rundet das Bild des weitergehenden konjunkturellen Abschwungs.

Produktionsindex 1931 (1928 = 100)

(Ohne Nahrungs- u. Genußmittel)

Januar	66,2	Juli	73,8
Februar	66,2	August	69,8
März	70,0	September	68,2
April	74,3	Oktober	63,9
Mai	73,8	November	62,6
Juni	75,0	Dezember	58,4

1932.

Die Wirtschaftsschrumpfung hält an. Die Arbeitslosenzahl beträgt Mitte Februar 6,13 Millionen. Die gesamte Umsatztätigkeit bewegt sich auf dem Tiefstand von Anfang 1924. Produktion, Preise und Umsätze fallen. Das Arbeitseinkommen ist durch Notverordnungen weiter gesenkt. Von Januar bis Mai hielt sich die Produktion auf ihrem tiefen Stand, sank aber von Juni bis November weiter. Die Prozentzahl der vollarbeitslosen Industriearbeiter: Januar 47,1; Juni 46,6; Dezember 48,3. Das Ende des Jahres bringt die ersten Besserungszeichen. „Die Periode krisenhafter Wirtschaftsschrumpfung dürfte aber abgeschlossen, der Eintritt in die Depressionsphase, die mehr einen horizontalen Verlauf von Produktion und Beschäftigung bringt, vollzogen sein", beurteilt das I. f. K. Anfang Dezember 1932 die Lage (V. z. K. 1932, Heft 3 A, S. 120).

Der Produktionsindex gibt die langsame Aufwärtsbewegung in ihrer ganzen Behutsamkeit wieder. Trotz gelegentlicher Rückschläge ist die Aufwärtsrichtung unverkennbar.

Produktionsindex 1932 (1928 = 100)

(Ohne Nahrungs- u. Genußmittel)

Januar	52,4	Juli	51,5
Februar	52,9	August	50,8
März	53,5	September	53,8
April	53,8	Oktober	56,6
Mai	55,3	November	58,2
Juni	53,8	Dezember	55,8

1933.

Dieses Jahr brachte die unerträgliche politische Spannung zum Verschwinden und der Wirtschaft neue Hoffnung, so daß mit dem schon Ende 1932 erfolgten Ansatz zur Belebung das energische Nachstoßen der neuen Regierung alle Aussicht auf Erfolg hatte.

Die Verlautbarungen des I. f. K. sind ein interessantes Spiegelbild der Kämpfe dieses ersten Jahres der Revolution. Anfang März schreibt das Institut (V. z. K. 1932, 4 A, S. 185): „Die konjunkturelle Entspannung hat während der verflossenen Monate weitere Fortschritte gemacht. Jedoch setzten sich die Kräfte nur langsam durch, die den Anstoß zu einer neuen Aufwärtsbewegung geben ... Trotz der Rückschläge im Winter sind Produktion und Beschäftigung der Industrie konjunkturell gegenwärtig etwas höher als an ihrem Tiefpunkt im vergangenen Sommer ... Die Arbeitslosigkeit ist bereits in der zweiten Februarhälfte, also früher als in den letzten Jahren wieder etwas gesunken ... Doch besteht jetzt die Zuversicht, daß der Heilungsprozeß durch wirtschaftliche Maßnahmen wirksam gefördert wird."

Und Mitte Juni urteilt die gleiche Stelle (V. z. K. 1933, 1 A, S. 5): „Produktion und Beschäftigung haben nach dem leichten Rückschlag in den Wintermonaten, seit März wieder zugenommen ... Das wachsende Vertrauen in die Stabilität der politischen und wirtschaftlichen Verhältnisse hat die Grundlage geschaffen, auf der sich unternehmerische Initiative wieder entfalten kann ... Die devisenwirtschaftlichen Schwierigkeiten sind in ihren unmittelbaren Wirkungen zwar durch die jüngsten Maßnahmen der Reichsregierung gemildert; der Druck der Auslandsschulden besteht aber nach wie vor. Die Ausfuhr von Fertigwaren ... ist weiter gehemmt ... Diese Hemmungen machen einen raschen und durchgreifenden Aufschwung der Wirtschaft aus eigener Kraft unmöglich. Die Reichsregierung hat daher umfassende konjunkturpolitische Maßnahmen ergriffen, um den Selbstheilungsprozeß der Wirtschaft zu fördern und den Arbeitsmarkt durch unmittelbare Arbeitsbeschaffung rasch und fühlbar zu entlasten."

Im Herbst sieht das Institut für Konjunkturforschung die Lage folgendermaßen (V. z. K. 1933, 2. A, S. 80/81): „Produktion und Beschäftigung und damit das Volkseinkommen sind in Deutschland weiter gestiegen. Gefördert wurde die Bewegung von der öffentlichen Hand, die große Beträge für die Arbeitsbeschaffung eingesetzt hat ... Die Fortschritte sind fast im ganzen Umkreis

der industriellen Produktion zu beobachten ... Die Landwirtschaft zeigt mit ihrer reichlichen Ernte ein entsprechendes Gegenbild ... Für die letzten Monate unterliegt es keinem Zweifel, daß die Aufwärtsbewegung der Produktion die unmittelbare Folge einer wirtschaftspolitischen Aktivität war, die alles in Deutschland auf diesem Gebiet gekannte in den Schatten stellt."

Und am Ende des ersten Jahres der deutschen Revolution lesen wir in den Vierteljahresheften zur Konjunkturforschung (V. z. K. 1934, 3. A, S. 152): „Die Aufwärtsbewegung der Konjunktur in Deutschland hat angehalten: Produktion, Beschäftigung und Umsätze sind während der Herbstmonate weiter gestiegen. Die winterlichen Rückschläge sind erheblich geringer als sonst. Konjunkturell gesehen sind in jedem der letzten Monate mehr als 170 000 Menschen zu Arbeit und Brot gekommen. Das Heer der Arbeitslosen vor Jahresfrist noch über 6 Millionen, hält sich gegenwärtig auf etwas über 4 Millionen."

Produktionsindex 1933 (1928 = 100)

(Ohne Nahrungs- u. Genußmittel)

Januar	52,7	Juli	61,1
Februar	54,2	August	62,9
März	57,1	September	65,3
April	58,5	Oktober	67,8
Mai	59,5	November	69,0
Juni	60,9	Dezember	68,8

Beschäftigung 1933.

Hauptunterstützungsempfänger in der Arbeitslosenversicherung (in 1000)

Januar	953	Juli	394
Februar	942	August	360
März	686	September	316
April	530	Oktober	317
Mai	466	November	345
Juni	416	Dezember	554

1934.

Der Winter des Jahres 1933 sah entgegen der allgemeinen Erwartung eine sogar gegen Frühjahr und Herbst weitergehende konjunkturelle Aufwärtsbewegung. Der Staat griff weiter ein und versuchte durch eine umfassende Arbeitsbeschaffung der Wirtschaft die nötigen Impulse zu geben. Bis März 1934 ist die Zahl der Arbeitslosen auf 2,8 Millionen gesunken, d. i. rund die Hälfte der Anzahl aus der gleichen Zeit des Vorjahres. Die der Arbeitsbeschaffung dienenden konjunkturpolitischen Maßnahmen führten mittelbar bei der Verbrauchsgüterindustrie zu einem fast noch rascheren Anstieg als es bei dem vorwiegend bedachten Produktions- bzw. Investitionsgüterzweig der Fall war, wenn man das Tempo ihres Anstiegs seit Beginn der Jahre des Aufschwungs

berücksichtigt. Die Indizes der Verbrauchsgüterindustrie (und Produktionsgüterindustrie) errechnet auf der Basis 1928 = 100 geben den hoffnungsvollen Jahresbeginn wieder: Januar 90,7 (64,5); Februar 92,0 (69,6); März 92, 3 (76,6). Die Zunahme der Beschäftigung drückt sich ferner noch in einer Zunahme der Arbeitszeit aus — was für den einzelnen Arbeiter mit einer Erhöhung des Lohnes gleichbedeutend ist. Dieser Faktor kommt wieder der Konsumgüterindustrie zugute.

Diese den Jahresbeginn kennzeichnenden Tendenzen setzten sich im Verlauf des Jahres weiter durch, zum Teil in verstärktem Ausmaß. Die Einzelhandelsumsätze — ein gewisses Abbild der zunehmenden Beschäftigung — hatten bis Mai 1934 gegen die gleiche Zeit des Vorjahres wertmäßig um rund 9,5%, mengenmäßig um rund 6% zugenommen.

„Die Aufwärtsbewegung der Gütererzeugung und der Beschäftigung in den letzten Monate hatte — ebenso wie die Belebung im Jahre 1933 — vor allem drei Ursachen:

1. Die öffentliche Arbeitsbeschaffung.
2. Die private Investitionstätigkeit (vor allem Ersatzinvestitionen).
3. Lagererhöhungen.

Zu diesen drei zuerst wirksamen Auftriebstendenzen kommt seit Ende 1933 eine allmähliche Zunahme des Verbrauchs... Die Ausfuhr freilich . . . ist weiter zurückgegangen... Die Wirtschaftsbelebung, die in Deutschland seit nunmehr fast zwei Jahren zu beobachten ist, ist eine ausgesprochene ‚Binnenkonjunktur'."
(V. z. K. 9. Jhrg. 1934, Heft 2 A, S. 47.)

Diese Auftriebstendenzen wirken gemeinsam dahin, daß sich auch das Jahr 1934 zu einem konjunkturell aufsteigenden Jahr manifestiert. Bringt auch der Winter gewisse Rückgänge, so ist das doch ohne weiteres als durchaus saisonüblich anzusehen, besonders wenn sich diese Gegenbewegungen noch erheblich unter denen der Vorjahre hielten.

Die folgenden Produktionsindexziffern mögen die geschilderte Entwicklung etwas veranschaulichen. (Beschäftigungsziffern nicht mehr vergleichbar.)

Produktionsindex 1934 (1928 = 100)

(Ohne Nahrungs- u. Genußmittel)

Januar	71,0	Juli	82,4
Februar	75,0	August	81,5
März	80,5	September	84,9
April	79,4	Oktober	84,7
Mai	81,2	November	84,7
Juni	81,2	Dezember	84,3

Beschäftigung 1934.

Hauptunterstützungsempfänger in der Arbeitslosenversicherung
(in 1000)

Nicht mehr vergleichbar!

III. Die Konjunkturbewegung der deutschen Textilindustrie von 1924—1934.

Die Untersuchung der Wechselwirkung zweier korrespondierender Konjunkturen wird diese Arbeit zu bringen versuchen. Die Bedingungen und der Begriff der Konjunktur bei einer Zeitung sind eingangs (S. 11) kurz behandelt worden. Über den Begriff Konjunktur, angewandt hinsichtlich einer Industrie, bestehen seinem Wesen nach kaum noch Unklarheiten, wenn auch die Erforschung der Ursachen nicht abgeschlossen ist. Arbeiten, die den Konjunkturverlauf einer bestimmten Industrie beschreiben, sind in großer Zahl vorhanden; auch für den Konjunkturverlauf der Textilindustrie ist die Aufgabe für verschiedene Zeiträume sehr sorgfältig, mit genauer Aufgliederung der betreffenden Industrie, und möglichst umfassender Betrachtung der Konjunkturursachen verschiedentlich gelöst worden (s. Literaturverzeichnis).

Dieser Teil der Arbeit behandelt also in der Hinsicht nichts Neues und soll es auch garnicht. Er soll gewissermaßen nur den bereits bekannten Konjunkturverlauf in Erinnerung bringen. Hierzu genügen an und für sich wohl kurze Stichworte und Zitate aus speziellen Veröffentlichungen über Konjunkturfragen. Es wurde immerhin mancher Abschnitt, der besonders interessant erschien, etwas länger gefaßt, und einige die Lage der Textilindustrie zu bestimmten Zeitpunkten besonders beleuchtende Ausführungen mit hinzugefügt, um die Arbeit besser abzurunden und trotz der Kürze anschaulich zu sein.

Das Verfahren der Darstellung wurde zu Beginn erläutert. Zu der lediglich beabsichtigten Skizzierung der Textilkonjunktur wurde zunächst das möglichst zutreffende Konjunktursymptom gesucht. In seinem Buch „Die Konjunktur" (Jena 1922) führt Roepke fünf Konjunktursymptome an:

1. Die Symptome der Produktionssphäre,
2. Die Symptome der Zirkulationssphäre,
3. Die Symptome des Arbeitsmarktes,
4. Die distributiven Symptome,
5. Die Symptome der Konsumtionssphäre.

Eine derartige Einteilung der Konjunktursymptome ist wohl ohne wesentliche Abweichungen die üblichste. In der vorliegenden kurzen Betrachtung wurden lediglich als besonders deutliche Konjunktursymptome das erste und dritte der obigen Symptomreihe in tabellarischer Form mit Monatsziffern gebracht. Allerdings mit notwendigen Ergänzungen. Die Baumwollindustrie beeinflußt als größter Teil der deutschen Textilindustrie maßgebend die Richtung der Textilkonjunktur. Auch das andere Objekt der Betrachtung — die Textilfachpresse — steht in engem Zusammen-

hang mit der Konjunktur der Baumwollindustrie. Darum schien es vorteilhaft, auch den monatlichen Produktionsindex der Baumwollindustrie (errechnet vom I. f. K.) den einzelnen Jahresübersichten beizufügen.

Die anderen Symptome werden je nach ihrer im besondern Fall ausschlaggebenden Wichtigkeit in den kurz schildernden Text mit eingefügt. Damit dürfte dem hier vorliegenden Haupterfordernis nach Übersichtlichkeit, Kürze und Vergleichbarkeit mit den Ziffern der Fachpresse am besten gedient sein.

Der Ablauf der Konjunktur der deutschen Textilindustrie stellt sich dann in den Jahren 1924—1934 in großen Zügen so dar, wie er im Folgenden zu schildern versucht wird.

1924.

Hier kann auf den Abschnitt II verwiesen werden, in dem von der enormen Investitionstätigkeit der Konsumgüterindustrie die Rede ist. Das ist um so bemerkenswerter, wenn man bedenkt, unter welchen Umständen Deutschland in die Zeit nach dem Kriege hineinging.

Der Dawesplan beanspruchte die Arbeitskraft des Landes, das gerade 10 Jahre in Krieg und Inflation durchgekämpft hatte und in jeder Beziehung geschwächt darniederlag. Die Reichsbahn wurde verpfändet, die gesamte Wirtschaft untragbar belastet. Dieser Plan war — durch seine praktische „Unendlichkeit", sowohl nach der Dauer wie nach der Menge der Abgaben — bewußt darauf berechnet, jede Hoffnung auf Besserung schon im Keime zu ersticken.

52% der Gesamtlast wurden mit den folgenden Ziffern den wichtigsten Industriegruppen aufgebürdet (Preyer, „Die Dawesgesetze", Berlin 1925, S. 55):

1.	Schwerindustrie	20%	1000 Mill. RM
2.	Maschinen u. elektr. Industrie	17%	850 Mill. RM
3.	Chemische Industrie	8%	400 Mill. RM
4.	Textilindustrie	7%	350 Mill. RM
		52%	2600 Mill. RM

Die Produktionskosten verhinderten die Konkurrenzfähigkeit der deutschen Industrie auf dem Weltmarkt, da immer die Zinsen und der Tilgungssatz des Plans einzukalkulieren waren. „Die deutsche Textilindustrie, die nach dem Kriege auf dem Weltmarkt verstärkte Konkurrenz vorfand, konnte sich unter diesen Bedingungen nicht wieder auf die frühere Höhe emporarbeiten. Die hohen Preise auf dem Rohstoffmarkt verteuerten die Waren ganz erheblich, so daß der inländische Absatz weit zurückging. Die hohen steuerlichen Belastungen und Abgaben im Inland brachten das Inlandgeschäft fast zum Erliegen." (W. Mamier, Die Konjunk-

tur der deutschen Textilindustrie nach dem Weltkriege, Heidelberg, S. 59/60).

Die ersten fünf Jahre sind, wie oben bereits allgemein gesagt, investitionsbetont. „Die hier zusammengefaßten Zweige der Textilindustrie und des Bekleidungsgewerbes haben in den fünf Jahren 1924—1928 Neuanlagen in Höhe von rd. 500 Mill.RM durchgeführt, das sind rd. 14 v. H. der Neuinvestitionen der gesamten Industrie ... Die Neuanlagen werden bei den hier zusammenfassend behandelten Unternehmungen der Textilindustrie und des Bekleidungsgewerbes um mehr als das Doppelte übertroffen von der Erhöhung der Vorratsbestände. Die Textilindustrie steht hinsichtlich der Vorratserhöhung weitaus an der Spitze von allen Industriegruppen. Weit mehr als eine Milliarde RM (insgesamt rd. 1140 Mill. RM) wurden hier in den fünf Jahren von Anfang 1924 bis Ende 1928 neu in Vorräten festgelegt und damit die Anfangsbestände um fast 70% erhöht." (V. z. K. Sonderh. 22, S. 61; 64).

So beginnt das Jahr 1924 mit großen Hoffnungen. Die Rentenmark brachte die nötige Festigkeit und es ermöglichten sich jetzt überhaupt erst Dispositionen auf lange Sicht. Die großen Aufträge des Handels, der ein gutes Geschäft erwartete, brachten Arbeitseinstellungen, ließen die Einfuhr von Rohstoffen ansteigen und die Produktion mit allen Anzeichen einer ansteigenden Konjunktur anlaufen. Der Prozentsatz der erwerbslosen Mitglieder des Textilarbeiterverbandes fiel von 10% im Januar auf 3,7% im April. Bis April stieg der Produktionsindex anhaltend. Die Industrie kaufte groß ein, die Läger füllten sich. Da setzte in der Jahresmitte der Rückschlag ein. Der Handel hatte sich in der Aufnahmefähigkeit des Marktes verkalkuliert; Kapital- und Kreditmangel kamen hinzu. Die Produktion wird scharf gebremst. Die Kurzarbeit soll die Zeit bis zur saisongemäßen Belebung überbrücken. Der Produktionsindex sinkt bis unter den Januarpunkt. Inzwischen haben sich die Läger geleert; der beginnende Winter bringt steigende Umsätze. Der Geldmarkt wird flüssiger. Die Produktion läßt sich steigern. Neueinstellungen gehen mit, die Einfuhr muß sich vergrößern. Der Produktionsindex hat im Dezember den höchsten Jahresstand erreicht. Die am Anfang erwartete Hausse hat erst nach einem kurzen Rückschlag am Jahresende eingesetzt. Die Einzelhandelsumsätze dieses Jahres stiegen um 15—20 v. H.

Indexziffer der Textilproduktion

Gleitende Dreimonatsdurchschnitte

1928 = 100

Januar	—	Juli	72,4
Februar	77,7	August	72,9
März	83,2	September	76,8
April	85,4	Oktober	83,5
Mai	83,0	November	86,7
Juni	78,1	Dezember	89,1

Produktionsindex der Baumwollindustrie

Spinnerei und Weberei

1928 = 100

Januar	70,9	Juli	74,4
Februar	80,4	August	69,0
März	86,6	September	80,3
April	90,1	Oktober	88,2
Mai	86,9	November	92,8
Juni	81,0	Dezember	93,7

Beschäftigung in der Textilindustrie 1924

(Vollbeschäftigte; Kurzarb. umgerechn.

Angaben je 100 Mitgl. d. Gewerksch.)

Januar	85,5	Juli	79,2
Februar	89,1	August	79,6
März	94,3	September	85,8
April	96,4	Oktober	89,1
Mai	95,4	November	91,6
Juni	86,1	Dezember	92,5

1925.

Bis zum Oktober des Jahres setzte sich der Anstieg fort — bei dem großen Gebiet, das die Textilindustrie umfaßt, natürlich nicht ganz gleichmäßig. Jedoch erfolgte in der Jahresmitte ein Rückschlag, der gegen das Ende des Jahres hin nach einer kurzen Erholung im Herbst immer größere Ausmaße einnahm. Die „Volkswirtschaftliche Chronik für das Jahr 1925" (Abdruck aus den „Jahrb. f. Nat.-Ök. u. Stat.", Bd. 123—124, III. Folge, Bd. 68—69, S. 966), kennzeichnet das Jahr folgendermaßen: „Verringerter Absatz, schleppender Geldeingang, mangelndes Vertrauen, ungenügende Rentabilität bei unverhältnismäßig hohen Steuerlasten und wachsende Unkosten waren die charakteristischen Merkmale des Berichtsjahres (1925). Es traten zahlreiche Zusammenbrüche ein ...". Diese Zunahme der Insolvenzzahlen verlangsamen schon fühlbar den Lageranbau. Die größer werdende Arbeitslosenzahl verringert die Einzelhandelsumsätze. Die Produktionsindexziffern (errechnet v. I. f. K.) werden mit ihren Schwankungen das interessante Bild dieses Jahres einer beginnenden Krise noch mehr verdeutlichen.

Indexziffer der Textilproduktion

Gleitende Dreimonatsdurchschnitte

1928 = 100

Januar	91,9	Juli	85,7
Februar	93,7	August	90,7
März	90,2	September	92,5
April	87,8	Oktober	94,1
Mai	83,3	November	92,5
Juni	85,4	Dezember	89,5

Produktionsindex der Baumwollindustrie

Spinnerei und Weberei

1928 = 100

Januar	95,7	Juli	95,4
Februar	97,9	August	95,8
März	99,0	September	104,3
April	99,0	Oktober	103,8
Mai	96,0	November	105,0
Juni	92,9	Dezember	106,0

Beschäftigung in der Textilindustrie 1925

(Vollbeschäftigte; Kurzarb. umgerechn.

Angaben je 100 Mitgl. d. Gewerksch.)

Januar	94,4	Juli	94,9
Februar	94,6	August	94,5
März	94,5	September	94,7
April	94,2	Oktober	94,7
Mai	93,5	November	91,0
Juni	93,4	Dezember	85,1

1926.

Die zunehmende Arbeitslosigkeit ließ breite Käuferschichten ausscheiden, so daß der Konsum um etwa 7% zurückging. Als Gegenmaßnahme schränkte die Industrie die Produktion um 25% ein. Der „Berliner Lokal-Anzeiger" vom 31. Dezember 1926 schreibt in einem Rückblick über das Jahr 1926 unter anderem: „Das Jahr 1926 bedeutete für die Textilindustrie des Chemnitzer Bezirks, wo bekanntlich 250 000 Textilarbeiter beschäftigt werden, wohl in allen ihren Zweigen ein krisenreiches Jahr, das an die finanzielle Gesundheit der Betriebe Anforderungen in einem Ausmaß stellte, wie es in den letzten Jahrzehnten wohl nur selten zu verzeichnen gewesen ist. Zu Beginn des Jahres 1926 waren die Betriebe durchgängig noch voll beschäftigt. Am Ende des ersten Vierteljahres zeigten sich jedoch in einer außerordentlichen Plötzlichkeit und Heftigkeit die Auswirkungen des allgemeinen Niederganges der deutschen Wirtschaft ... Absatzstockungen ... Zusammenbrüche ... Im ganzen zweiten Vierteljahr dauerte diese Stagnation an, so daß die Mehrzahl der Betriebe zu größeren Einschränkungen schreiten mußte, und in vielen Fällen sogar eine Stillegung der Betriebe notwendig machte ..." Erst im vierten Vierteljahr trat ein Umschwung ein. Die erwartete Reaktion — bedingt durch die Bedarfsstauung — trat ein. Überraschend stiegen jedoch die Mengenumsätze des Einzelhandels über die erwartete bloße Reaktionsbewegung hinaus. Der Handel füllte die gelichteten Vorräte auf — weit über das vorher erreichte Maximum hinaus; die Produktion bekam ausgesprochenen Haussecharakter. Die Garneinfuhr stieg enorm (+ 300% bis August 1927), da die Spinnereien den Anforderungen nicht nachkommen konnten.

Indexziffer der Textilproduktion

Gleitende Dreimonatsdurchschnitte

1928 = 100

Januar	85,1	Juli	74,5
Februar	79,5	August	80,5
März	74,7	September	89,1
April	69,5	Oktober	96,2
Mai	68,8	November	101,4
Juni	68,9	Dezember	105,2

Produktionsindex der Baumwollindustrie

Spinnerei und Weberei

1928 = 100

Januar	96,0	Juli	68,2
Februar	90,9	August	77,3
März	83,4	September	86,5
April	76,0	Oktober	93,7
Mai	72,0	November	97,8
Juni	72,0	Dezember	102,0

Beschäftigung in der Textilindustrie 1926

(Vollbeschäftigte; Kurzarb. umgerechn.

Angaben je 100 Mitgl. d. Gewerksch.)

Januar	73,8	Juli	68,8
Februar	68,3	August	73,5
März	64,8	September	78,6
April	63,3	Oktober	84,0
Mai	63,6	November	87,6
Juni	65,5	Dezember	88,1

1927.

Der schöne Aufschwung der Textilindustrie hielt auch in diesem Jahr zunächst weiter an. Der Produktionsindex steigt weiter. Mit einer Ziffer von 105,0 (1928 = 100) im März, erreichte er im Oktober mit 113,4 den höchsten Stand seit der Stabilisierung. In der Zeit April 1926 bis April 1927 hob sich der Prozentsatz vollbeschäftigter Gewerkschaftsmitglieder der Textilindustrie von 63,3 auf 95,3. Die Einfuhr von Rohstoffen und Garnen ist gestiegen. Ja, der Bedarf stieg derart an, daß sogar die Einfuhr von Geweben und Textilfertigwaren sehr zunahm, da die deutschen Spinnereien und Webereien mit der Nachfrage nicht Schritt halten konnten. Daß es sich hier um einen reinen Inlandsbedarf handelt, zeigt sich daraus, daß die Ausfuhr keine merkliche Veränderung aufweist.

Bis zum Juni ging der Anstieg stetig weiter. Ein erster Hochstand des Produktionsindex wurde im April mit 107,8 erreicht. Der leichte Rückgang zur Jahresmitte ist saisonbedingt, denn im großen Ganzen hielten sich alle Faktoren eines guten Konjunkturbildes auf dem erreichten guten Niveau, das in Erwartung der Herbst- und Wintermonate sich noch weiter erhöhte. Allerdings

beginnen die ersten Spannungen — die Fertigwarenpreise ziehen an. Die Produktion ging zuletzt nicht mehr in den Konsum, sondern in die Läger. Die Lagerbestände des Handels vergrößern sich gegen 1926 um rd. 20,5 v. H. (½ Milliarde RM). Die Produktion muß sich darum auf den laufenden Bedarf vermindern, wenn die Lagerauffüllung beendet ist. Die Einzelhandelsumsätze waren das Jahr hindurch hoch, nehmen aber nicht mehr zu. Das empfindliche Barometer der leicht regulierbaren Zusatzeinfuhr von Garnen und Geweben sinkt.

Indexziffer der Textilproduktion

Gleitende Dreimonatsdurchschnitte

1928 = 100

Januar	105,1	Juli	107,0
Februar	105,0	August	111,6
März	105,0	September	112,8
April	107,8	Oktober	113,4
Mai	106,5	November	110,2
Juni	106,9	Dezember	110,2

Produktionsindex der Baumwollindustrie

Spinnerei und Weberei

1928 = 100

Januar	103,0	Juli	107,6
Februar	105,5	August	108,0
März	108,6	September	113.4
April	107,4	Oktober	110,3
Mai	110,9	November	111,7
Juni	104,7	Dezember	109,1

Beschäftigung in der Textilindustrie 1927

(Vollbeschäftigte; Kurzarb. umgerechn.

Angaben je 100 Mitgl. d. Gewerksch.)

Januar	89,8	Juli	97,0
Februar	91,5	August	97,0
März	93,5	September	97,1
April	95,3	Oktober	97,6
Mai	96,0	November	96,9
Juni	96,5	Dezember	96,3

1928.

Die gesamte Produktion sank vom Herbst 1927 bis zum April 1928 um 7—10%. Die Produktion hatte sich zu sehr ausgeweitet; die Vorräte des Einzelhandels waren groß: der Absatz ging zurück. Der Umfang der Einfuhr verringerte sich infolgedessen ebenfalls erheblich, was den Rückgang zum Teil weniger fühlbar machte. So fiel die Einfuhr von Baumwollgeweben um fast 30%, und der Einfuhrüberschuß sank bei den anderen Gruppen, wie Kammgarn, B- und Leinengarn bereits in den ersten drei Monaten allgemein um 15—20% des Inlandverbrauchs. Die allgemeine Textilrohstoff-

einfuhr begann schon Mitte 1927 zu sinken — bis März 1928 um 30%.

Der Verlauf der Beschäftigungsziffern war ungefähr entsprechend. Von 97,6 zur Zeit der besten Beschäftigung im Herbst 1927 fiel der Hundertsatz vollbeschäftigter Gewerkschaftsmitglieder (Textilarbeiter) zum April 1928 auf 91,3. Die ausgleichende Kurzarbeit ging in derselben Zeit von 2,0 auf 14,3 je 100 Mitglieder.

Die Ursache dieses Produktionsrückgangs ist kaum in einer Kaufkraftsenkung, als vielmehr in einer Veränderung der Lagerpolitik des Handels zu suchen, über die noch zu sprechen sein wird. Man muß diesen Rücklauf als eine Reaktion auf die etwas zu rechlichen Aufträge von Ende 1926 bis Anfang 1927 ansehen, die allerdings aus gutem Grund gegeben waren. Die Krisis 1925/26 hatte die Läger gelichtet. Die 1926/27er Bestellungen hatten also zweierlei Zweck: Konsum plus Läger. Sind die Läger gefüllt, wird bei mäßigem Konsum nur zur Lagerergänzung bestellt.

Schon im Herbst 1927 war der Handel durch die hohen Lagerbestände beunruhigt. Der vorsichtig erfolgende Abbau machte sich der Textilindustrie noch nicht allzu sehr bemerkbar. Das Gleichgewicht zwischen Konsum und Produktion stellte sich wieder her. Die Anpassung erfolgte im ersten halben Jahr in äußerst rascher Weise. Mitte 1928 ist das Produktionsniveau den verkleinerten Absatzverhältnissen weitgehend angepaßt. Die Lager sind gelichtet.

Von einer Lagerpolitik des Handels als konjunkturbestimmendem Faktor kann nicht mehr gesprochen werden. Der Handel übergibt das Lagerrisiko der Industrie. Damit bestimmt der letzte Verbraucher die Produktion. Die Einkommensbewegung bei den Massen der Bevölkerung bestimmen von nun an in steigendem Maße die Textilkonjunktur. Da die Einzelhandelsumsätze einstweilen konstant gut sind und nur langsam zurückgehen, finden wir das Gleiche bei der Textilproduktion.

Indexziffer der Textilproduktion

Gleitende Dreimonatsdurchschnitte

1928 = 100

Januar	110,5	Juli	95,4
Februar	111,9	August	95,3
März	109,2	September	93,6
April	104,6	Oktober	94,3
Mai	99,4	November	93,6
Juni	96,6	Dezember	96,4

Produktionsindex der Baumwollindustrie

Spinnerei und Weberei

1928 = 100

Januar	110,3	Juli	95,1
Februar	111,7	August	94,2
März	109,5	September	94,2
April	106,1	Oktober	82,7
Mai	103,9	November	99,1
Juni	97,3	Dezember	95,5

Beschäftigung in der Textilindustrie 1928

(Vollbeschäftigte; Kurzarb. umgerechn. Angaben je 100 Mitgl. d. Gewerksch.)

Januar	95,3	Juli	87,6
Februar	94,5	August	85,3
März	93,3	September	85,0
April	91,3	Oktober	86,6
Mai	89,5	November	87,0
Juni	88,3	Dezember	86,6

1929.

Anfang 1929 ist der allgemeine Produktionsrückgang zum Stillstand gekommen. Produktionsindex und Beschäftigung haben sich wenig verändert — zum Schlechten nicht, aber durchaus nicht zum Guten. Die Absatzverhältnisse sind weiterhin ungünstig. Der schwere Winter hat die Arbeitslosigkeit stark ansteigen lassen. (Nach den Angaben der verschiedenen Gewerkschaften waren im Februar rd. 3,6 Mill. Arbeitskräfte ganz oder teilweise arbeitslos — ohne die aus der Arbeitslosenversicherung und Krisenunterstützung Ausgeschiedenen und die Notstandsarbeiter.) 84.0 v. H. der organisierten Textilarbeiter sind Ende April 1929 beschäftigt, gegen 85,0 v. H. im Oktober 1928; (Kurzarbeiter umgerechnet). Hat die Rohstoffeinfuhr auch zum Jahresanfang etwas zugenommen, so ergibt sich doch keine wesentliche Veränderung nach Ausschaltung der Saisonschwankungen. Der an sich geringe Produktionsumfang brauchte zwar nicht eingeschränkt zu werden — bedingt aber durch die zu geringe Ausnutzung der Anlagen eine ungenügende Rentabilität als Folge der lediglich kleinen und kurzfristigen Aufträge des Handels, bei langsam sinkenden Einzelhandelsumsätzen. Die meisten Branchen der Textilindustrie sind ungenügend beschäftigt.

Die Baumwollindustrie beschäftigt Ende April 36,3 v. H. der organisierten Textilarbeiter mit verkürzter Arbeitszeit; 8,2 v. H. sind arbeitslos.

Die Wollindustrie beschäftigt zur gleichen Zeit 17,3 v. H. verkürzt, bei 12,7 v. H. Arbeitslosen der organisierten Arbeiter.

Die Seiden- und K'seidenindustrie hatte 13,9 v. H. organisierte Kurzarbeiter und 7,8 v. H. Arbeitslose (Ende April).

Von den zur Leinenindustrie gehörigen organisierten Arbeitern arbeiten 40,4 v. H. verkürzt, und 18,5 v. H. waren Ende April 1929 arbeitslos.

Auch zur Jahresmitte hin waren Produktion und Beschäftigung rückläufig. Der Produktionsindex der Textilindustrie (1928 = 100) fiel von 96,0 im März auf 88,9 im Mai und 84,0 im Juni. Diese Rückläufigkeit hielt durch über die Mitte des Jahres hinaus, wenn auch in den einzelnen Industriezweigen sich gewisse Verschiedenheiten zeigten — so verbesserte sich leicht die Lage der Leinen- und Boumwollindustrie weiter, während in den anderen

Industrien der Geschäftsgang konjunkturell etwas nachließ.

Unter dem saisonüblichen Einfluß machte sich gegen Schluß des Jahres dann eine merkbare Besserung der Lage fühlbar, da die kleinen Lager dem Saisonbedarf nicht nachkommen konnten. Der Index stieg (1928 = 100) von August mit 89,1 bis Dezember auf 94,8.

Im ganzen stellte sich die Lage der Textilindustrie im Jahre 1929 dann so dar — gemessen an den Produktionsindizes und der Beschäftigung:

Indexziffer der Textilproduktion

Gleitende Dreimonatsdurchschnitte

1928 = 100

Januar	95,2	Juli	85,4
Februar	96,5	August	89,1
März	96,0	September	93,9
April	93,4	Oktober	95,7
Mai	88,9	November	95,5
Juni	84,0	Dezember	94,8

Produktionsindex der Baumwollindustrie

Spinnerei und Weberei

1928 = 100

Januar	97,2	Juli	73,5
Februar	93,6	August	84,5
März	92,5	September	86,7
April	95,3	Oktober	92,4
Mai	81,0	November	95,5
Juni	82,9	Dezember	93,2

Beschäftigung in der Textilindustrie 1929

(Vollbeschäftigte; Kurzarb. umgerechn.

Angaben je 100 Mitgl. d. Gewerksch.)

Januar	86,0	Juli	83,9
Februar	85,7	August	83,7
März	84,7	September	83,3
April	84,0	Oktober	84,1
Mai	83,2	November	84,7
Juni	83,8	Dezember	82,8

1930.

Die milde Witterung dieses Winters, zusammen mit der Arbeitslosigkeit ließen die Folgen der verminderten Kaufkraft besonders deutlich in Erscheinung treten. Das übliche Ansteigen der Kurve zum Jahreswechsel hatte nicht das vielleicht erhoffte Ausmaß angenommen. Allgemeine Zurückhaltung von Fabrikation und Handel kennzeichnen den Anfang des Jahres.

Der allmähliche Rückgang setzt sich fort. Produktion, Beschäftigung, die Einfuhrziffern gehen zurück. Der Einzelhandels-

umsatz ist seit Ende des vorigen Jahres unverändert niedrig geblieben.

Wie üblich, ließ der Konjunkturrückgang die Läger schrumpfen. Es handelt sich hier um die Feststellung der Reaktion der Industrie auf einen Konjunkturumschwung. Das I. f. K. führt die Zusammenhänge so eindringlich aus, daß sie ausführlich wiedergegeben seien. Gerade dieses Jahr der allgemeinen Stagnation mag wieder die schon einmal gemachten Beobachtungen bestätigen.

„Wenn die konjunkturellen Schwankungen der Textilproduktion sehr viel ausgeprägter sind, als es der mengenmäßigen Absatzbewegung im Textileinzelhandel entsprechen würde, so beruht dies fast ausschließlich auf der außerordentlichen Elastizität der zwischen Erzeugung und Verbrauch eingeschalteten Lagerbestände. Besonders die Handelslager reagieren scharf und schnell auf konjunkturelle Veränderungen der Umsätze, Preise und Kreditmöglichkeiten. Sie werden im Aufschwung über das durch die tatsächliche Umsatzsteigerung bedingte Maß ausgedehnt, bei Umsatzrückgang oder kreditären Schwierigkeiten bis an die verkaufstechnisch mögliche Grenze, zeitweise wohl auch noch stärker eingeschränkt. Diese Reaktion pflegt erfahrungsgemäß bereits bei den ersten Anzeichen eines konjunkturellen Umschwungs einzutreten. So nahm — eine Wirkung dieses Mechanismus — die Textilproduktion bereits seit Mitte 1926 sehr beträchtlich zu, in einem Zeitpunkt also, in dem die Umsatzbelebung des Einzelhandels sich erst zögernd anbahnte. Umgekehrt brach das Produktionsniveau der Textilindustrie in der ersten Jahreshälfte 1928 zusammen, obwohl die Einzelhandelsumsätze in Bekleidung damals — zum mindesten dem Wert nach — eher noch stiegen. Im ersten Fall muß, über die zunächst schwache Umsatzsteigerung hinaus, eine beträchtliche Lageranreicherung die Produktionszunahme herbeigeführt haben. Im Jahr 1928 andererseits müssen die noch hohen Einzelhandelsumsätze bei scharf eingeschränkten Einkaufsdispositionen vorwiegend aus den vorhandenen Vorräten gespeist worden sein.

„Da die industrielle Produktion nicht sofort und im gleichen Umfang auf eine Einkaufsdrosselung des Handels reagieren kann oder doch nicht zu reagieren pflegt, ist die erste Periode konjunkturellen Abschwungs durch eine gewisse Verschiebung der Vorräte vom Handel zur Industrie gekennzeichnet: Senkung der Lager beim Handel führt bei zunächst nur langsam rückläufiger Erzeugung zu Lageranbau in der Produktionssphäre. Erst im weiteren Verlauf, bei schärferer Produktionseinschränkung, gehen dann die Industrielager, die quantitativ allerdings ungleich geringer sind als die Handelslager, ebenfalls zurück. Mit zunehmender Annäherung auch der industriellen Fertigwarenvorräte an ihr produktionstechnisch mögliches Minimum verlangsamt sich daher der Produktionsrückgang in der Textilindustrie, um sich schließlich der tatsächlichen Mengenbewegung der Einzelhandels-

umsätze weitgehend anzupassen. In diesem Stadium, bei allgemein geringen Vorräten, bestimmt der Mengenabsatz des Einzelhandels, der bis dahin hinter der Lagerbewegung an direkter Bedeutung für die Produktionsgestaltung weit zurückstand, das Tempo des Produktionsrückgangs.

„Die gegenwärtige Lage der Textilwirtschaft (Ende 1930) entspricht etwa dieser Konstellation. Die lange geübte Zurückhaltung des Handels, in jüngster Zeit durch die Preisabbaubestrebungen verschärft, hat die Lager in einem auf die Dauer kaum tragbaren Umfang eingeschränkt" . . . „Da alle zur Verfügung stehenden Zahlenreihen auch die Industrievorräte an Fertigwaren nunmehr als äußerst klein erscheinen lassen, bestimmt also bis auf weiteres, d. h. solange keine grundsätzliche Änderung der Lagerpolitik eintritt, der tatsächliche Mengenabsatz des Einzelhandels unmittelbar die Gestaltung der Produktion." (V. z. K. 5. Jhrg., Heft 3, B., S. 32, 33).

Abschließend beurteilt dann das Institut für Konjunkturforschung an gleicher Stelle die Lage folgendermaßen (a. a. O., S. 33).

„Von der Seite der Einzelhandelsumsätze her sind für die nächste Zeit Anregungen nicht zu erwarten . . . Die Einkommensausfälle durch wachsende Arbeitslosigkeit und die durch die bevorstehenden Lohn- und Gehaltskürzungen erzwungene Zurückhaltung breiter Konsumentenschichten haben die wertmäßigen Einzelhandelsumsätze so stark beeinträchtigt, daß die Preissenkung — die Einzelhandelspreise für Bekleidung sanken seit Juli 1930 um 5 v. H. — einen mengenmäßigen Rückgang der Umsätze nicht verhindern konnte. Da auch für die nächsten Monate mit sinkenden Umsatzwerten zu rechnen sein dürfte, ist eine Nachfragebelebung des Einzelhandels, obwohl weiter rückläufige Preise den wertmäßigen Umsatzrückgang zunehmend kompensieren werden, nicht zu erwarten.

„Aus den gleichen Gründen liegt für den Handel gegenwärtig keine Veranlassung vor, seine bisher geübte L a g e r p o l i t i k zu ändern. Der Einzelhandel wird vielmehr weiter mit knappen Vorräten arbeiten, so daß vorübergehende Belebungserscheinungen infolge einer Häufung von kurzfristig auszuliefernden Aufträgen, wie sie im Laufe des letzten Jahres in verschiedenen Zweigen der Textilindustrie zu beobachten waren, weiter durchaus im Bereich der Wahrscheinlichkeit liegen.

„Zu einer grundsätzlichen Wandlung der Lagerpolitik des Handels würde bei der gegebenen Absatzlage voraussichtlich nicht einmal eine Konsolidierung der R o h s t o f f m ä r k t e ausreichen. In der letzten Zeit ist zwar eine — anscheinend nur vorübergehende — Befestigung an fast allen Textilrohstoffmärkten eingetreten; jedoch bleibt die Lage . . . unsicher . . .

„Vom Inlandsmarkt, der die Produktionsgestaltung ausschlaggebend bestimmt, sind die Auftriebsmomente trotz allgemein niedriger Lagerhaltung nicht zu erwarten. Andererseits bewirkt die Senkung der Einzelhandelspreise eine starke Verlangsamung im

Rückgang der mengenmäßigen Einzelhandelsumsätze, so daß die auf weitere Produktionsdrosselung hinwirkenden Kräfte nicht mehr bedeutend sein dürften." (a. a. O., S. 33).

Im Spiegel von Produktion und Beschäftigung erscheint dann das Jahr 1930, wie es die folgenden Reihen zeigen.

Indexziffer der Textilproduktion

Gleitende Dreimonatsdurchschnitte

1928 = 100

Januar	94,3	Juli	87,9
Februar	94,0	August	90,1
März	94,4	September	89,0
April	94,3	Oktober	87,6
Mai	90,9	November	85,9
Juni	89,9	Dezember	81,4

Produktionsindex der Baumwollindustrie

Spinnerei und Weberei

1928 = 100

Januar	94,3	Juli	86,7
Februar	97,7	August	79,0
März	96,4	September	80,7
April	97,5	Oktober	79,4
Mai	90,9	November	78,5
Juni	78,1	Dezember	78,2

Beschäftigung in der Textilindustrie 1930

(Vollbeschäftigte; Kurzarb. umgerechn.

Angaben je 100 Mitgl. d. Gewerksch.)

Januar	82,2	Juli	76,4
Februar	81,0	August	73,2
März	80,0	September	72,5
April	78,6	Oktober	72,4
Mai	78,4	November	70,8
Juni	77,5	Dezember	68,2

1931.

Als zum elastischen Bedarf gehörig, hängt der Verbrauch von Textilien sehr stark vom allgemeinen Einkommen des letzten Konsumenten ab. Die im vorigen Jahr geschilderten Lagerverhältnisse wie überhaupt die seit 1928 getriebene „Lagerpolitik" des Handels machen diese Tatsache der Industrie sehr fühlbar. Arbeitslosigkeit und Lohnabbau treffen also die Industrien des „elastischen Bedarfs" gewöhnlich besonders hart. Die Einzelhandelsumsätze lagen Anfang 1931 um 25% unter dem Höchststand von 1928. Allerdings ist der Rückgang verschieden in Hinsicht auf Wert und Menge, bedingt durch die Baisse der Textilrohstoffpreise (seit Anfang 1929). Die Mengen haben sich besser halten können und damit den Schlag für die Industrie erträglicher gemacht. Die bekannte Lagerpolitik des Handels trug sogar dazu

bei, daß es der Textilindustrie gelang, sich über dem Tiefpunkt von 1926 zu halten. Denn bereits seit 1928 wurden die Lager des Handels planmäßig abgebaut, so daß sie mit Eintritt der Schwierigkeiten schon stark geleert waren. Sie konnten der Industrie somit durch plötzliche Verringerung der Nachfrage bei einer Lagerräumung nicht mehr so gefährlich werden.

Die leichte Belebung, die sich Anfang 1931 bemerkbar machte, hatte ihre Ursache in dem Bestreben des Handels, eine günstige Gelegenheit zur Lagerauffüllung — durch die niedrigen Rohstoffpreise — zu benutzen. Zur Wiedereinstellung von Arbeitslosen reichte diese Belebung jedoch nicht aus — lediglich die Kurzarbeit konnte eingeschränkt werden.

Von einer grundsätzlichen Änderung der Lage der Textilwirtschaft kann keine Rede sein — der Stand der so reagiblen Garneinfuhr blieb bis zur Jahresmitte nahezu unverändert auf seinem Januarniveau.

Die Kreditkrise im Juli dieses Jahres mußte zu weiteren Produktionseinschränkungen führen, obwohl die Möglichkeit zu noch weiterer Lagerräumung kaum bestand. Die Finanzierung der Textilindustrie ist — durch das in ihr bedingte Verhältnis von Lagerhaltung und Debitoren zum Anlagekapital — zum überwiegenden Teil auf kurzfristige Kreditoren eingestellt. Diese Tatsachen lassen das Institut für Konjunkturforschung zu folgender Beurteilung der Lage kommen: (V. z. K. 1931, B. 2, S. 31).

„Zusammenfassend kann also festgestellt werden, daß die akute Kreditkrisis in der deutschen Textilwirtschaft auf eine Industrie trifft, die sich ihrer Natur nach weitgehend kurzfristig finanziert, deren Schuldenlast durch langanhaltende und scharfe Preisrückgänge bedrohlich gewachsen ist, deren Widerstandskraft durch einen dreinhalb-(3½)-jährigen Konjunkturabschwung empfindlich geschwächt ist und die darüber hinaus infolge grundlegender Verschiebung innerhalb der internationalen Textilwirtschaft unter starkem strukturellen Druck steht. Lediglich die Tatsache, daß die deutsche Textilproduktion bereits seit geraumer Zeit so weit eingeschränkt ist, daß sie nicht einmal den (bisherigen) laufenden Absatz deckt, die Tatsache also, daß aus dem Verhältnis zwischen Erzeugung und Verbrauch eher produktionsfördernde Kräfte wirksam werden müßten, erscheint geeignet, die Folgen der Kreditkrise auf die Textilindustrie abzuschwächen."

Die so aufs äußerste zusammengepreßte Textilindustrie konnte nur noch ganz geringe Schwankungen aufzeigen und sogar einem weiteren Absinken der Produktion einen gewissen Widerstand entgegensetzen mit ausgesprochenen Belebungserscheinungen.

Den tieferen Gründen dieser Stabilität widmet das Institut für Konjunkturforschung eine kurze Untersuchung (V. z. K. 1931, 3. B., S. 28 ff.) in der es zunächst von den grundsätzlich möglichen drei Ursachen spricht: Einzelhandelsabsatz, Lager-

anreicherung und Absatz auf den Auslandsmärkten.

Dabei stellt nun das Institut fest, daß sich der Einzelhandelsabsatz wertmäßig verringert, in Hinsicht auf die Menge jedoch gehalten habe, welch letzteres ja für das Produktionsvolumen ausschlaggebend ist. Bei der knappen Lagerhaltung mußten diese zum Teil auf Währungsbefürchtungen begründeten Käufe des Publikums unmittelbar die Produktion beleben.

Jedoch sieht das Institut diese Kaufwelle nicht allein als ausreichende Ursache der widerstandsfähigen Produktionsgestaltung an. Vielmehr kommt eine Lageranreicherung der Betriebe hinzu, die sich noch im Wirtschaftsprozeß befinden und durch das Ausfallen von Konkurrenzbetrieben gestärkt wurden.

Was nun den Auslandsabsatz betrifft, so muß das Institut feststellen, daß seit der Jahresmitte ausgesprochen stabilisierende Tendenzen in der internationalen Textilwirtschaft wirksam sind, wobei wichtige Absatzmärkte für deutsche Textilfabrikate relativ aufnahmefähig geblieben sind.

Kommen wir nun zur ziffermäßigen Darstellung der beiden Konjunktursymptome, Produktion und Beschäftigung, so erhalten wir folgendes Bild:

Indexziffer der Textilproduktion

Gleitende Dreimonatsdurchschnitte

1928 = 100

Januar	80,6	Juli	88,9
Februar	81,1	August	88,1
März	86,9	September	86,8
April	89,7	Oktober	88,8
Mai	91,7	November	80,8
Juni	91,1	Dezember	84,8

Produktionsindex der Baumwollindustrie

Spinnerei und Weberei

1928 = 100

Januar	71,7	Juli	83,1
Februar	76,6	August	80,6
März	79,4	September	88,0
April	81,7	Oktober	88,0
Mai	80,9	November	94,6
Juni	84,3	Dezember	92,4

Beschäftigung in der Textilindustrie 1931

(Vollbeschäftigte; Kurzarb. umgerechn.

Angaben je 100 Mitgl. d. Gewerksch.)

Januar	65,8	Juli	69,1
Februar	66,9	August	64,5
März	68,0	September	64,4
April	68,9	Oktober	64,4
Mai	70,2	November	64,2
Juni	70,5	Dezember	62,8

Der niedrige Stand der textilindustriellen Produktion hält unvermindert an. Die eigentlichen Ursachen liegen in den traurigen Verhältnissen jener Krisenjahre, die gekennzeichnet waren durch Arbeitskämpfe, Bankenkrisen, politische Machtproben und allgemeine Verelendung des Arbeiters, des Bauern und des sogenannten Mittelstandes.

Die geringfügige Belebung durch die Währungsangstkäufe nach der Kreditkrise im Jahre 1931 war bald abgeebbt — die Reaktion setzte bereits ein.

Daß die Krise nicht auf Deutschland beschränkt ist, zeigt die Situation des Außenhandels, der in drei Phasen wechselnd in der Mitte des Vorjahres immerhin noch einen Teil der deutschen Produktion aufnehmen konnte; gegen Jahresschluß jedoch sinkt die Ausfuhr wieder ab.

Trotz dieser die Kurve abwärts ziehenden Tendenzen konnte sich die Produktion besser, als man annehmen müßte, halten. Die schon mehrfach erwähnten Angstkäufe hatten die kleinen Lager bald geleert — die Industrie hatte Arbeit.

Die verschiedenen wirksamen Kräfte im Anfang des Jahres 1932 stellt das I. f. K. zusammen und gibt damit ein ungemein anschauliches und typisches Bild der Lage, in der sich eine der wichtigsten deutschen Industrien in jener schlimmen Zeit befand (V. z. K., 6. Jhrg. 1932, 4. B., S. 32).

„Die gegenwärtige Kräftekonstellation der deutschen Textilwirtschaft ist also gekennzeichnet durch:

1. sinkenden Absatz an den letzten Konsumenten,
2. wachsende Ausfuhrhemmungen,
3. erhöhte Konkurrenzfähigkeit des Auslands auf dem Binnenmarkt,
4. sinkende Fertigwarenpreise,
5. knappe und teure Kreditversorgung, daher anhaltend hohe Zahl von Insolvenzen mit allen ihren markstörenden Liquidationserfordernissen.

Solange dieses Kräftebild besteht — und bei normalem Ablauf des Wirtschaftsgeschehens ist eine grundsätzliche Änderung zunächst unwahrscheinlich —, werden die Wirkungen der Gegenkräfte,

6. der stabilen Rohstoffmärkte und
7. einer weitgehenden Übereinstimmung von Produktion und Absatz bei knapper Lagerhaltung — „daher nur eine Milderung des Rückgangs von Produktion und Beschäftigung herbeiführen können".

Das Masseneinkommen sinkt weiter, der Bedarf an Textilien wird weiter eingeschränkt, er verliert notwendig seine typische konjunkturelle Elastizität und wird zum starren Bedarf.

Mengenmäßig jedoch sinkt die Produktion nicht mehr erheblich! Sie kann kaum noch sinken; aber in qualitativer Hin-

sicht hat sich eine Wandlung vollzogen, die darum trotz teilweise sogar steigender Massenproduktion die Beschäftigungsziffer weiter fallen läßt. So versuchen also Preissenkung und der erwähnte Qualitätsabbau einer Produktions- und Bedarfseinschränkung weiter entgegenzuwirken.

Aber die Abschwungstendenzen setzen sich durch. Die Produktion geht etwa nach dem ersten Vierteljahr außerordentlich zurück, die Beschäftigungsziffer folgt — wenn auch behutsamer. Die allgemeine politische Unsicherheit, der Kreditmangel ließen die Lagerpolitik unverändert; die Arbeitslosigkeit und die ständigen Lohn- und Gehaltskürzungen konnten der Industrie auch von der Einzelhandelsseite keine Anregung bringen. Die Ausfuhr ist beispiellos gehemmt.

Der Jahresschluß bringt eine gewisse Belebung, bedingt durch das immer größer werdende Mißverhältnis von Produktion und Mengenabsatz, verbunden mit einer Rohstoffhausse. Die Indexziffer der Produktion hatte im Juni mit 69,1 (1928 = 100) ihren tiefsten Stand erreicht — Mitte November bewegte sie sich bei 89. Auch die Zahl der Beschäftigten nahm zu. Erst der Dezember brachte einen leichten Rückschlag, da sich die Ursachen der Auftriebstendenzen aufgehoben hatten. Im ganzen zeigt sich das Jahr 1932 dann folgendermaßen, gesehen an der Produktion und Beschäftigung.

Indexziffer der Textilproduktion

Gleitende Dreimonatsdurchschnitte

1928 = 100

Januar	83,1	Juli	71,2
Februar	80,3	August	74,2
März	80,9	September	80,8
April	74,9	Oktober	87,0
Mai	71,9	November	89,9
Juni	69,1	Dezember	87,2

Produktionsindex der Baumwollindustrie

Spinnerei und Weberei

1928 = 100

Januar	81,5	Juli	69,3
Februar	89,9	August	72,7
März	89,6	September	81,3
April	86,1	Oktober	91,8
Mai	70,4	November	97,3
Juni	74,0	Dezember	92,9

Beschäftigung in der Textilindustrie 1932

(Vollbeschäftigte; Kurzarb. umgerechn.

Angaben je 100 Mitgl. d. Gewerksch.)

Januar	60,1	Juli	53,6
Februar	59,5	August	53,0
März	57,7	September	55,0
April	55,9	Oktober	60,1
Mai	54,3	November	61,1
Juni	53,9	Dezember	60,4

Die allgemeine Situation zu Beginn dieses bedeutenden Jahres ist bereits kurz in dem Abschnitt über die allgemeine Konjunktur zu schildern versucht worden. Die Arbeitslosigkeit und der politische Kampf hatten in diesem Winter Höhepunkte erreicht, die eine Wendung verlangten, wenn nicht das ganze Land im Chaos versinken sollte. —

Die Länge der Krisenzeit hatte eine immer stärkere Bedarfsstauung herbeigeführt, die sich konjunkturell bei den geringsten Besserungszeichen zeigen mußte. Jahrelange Arbeitslosigkeit und Einkommensminderung hatten die Bestände an Bekleidung sich aufbrauchen lassen. Die Lager des Einzelhandels hatten sich mehr und mehr vermindert — eine leichte Belebung mußte sich sofort in Bestellungen bei der Industrie zeigen. Einzelhandel und Industrie hängen durch diese Umstände außerordentlich eng aneinander, was sich in dem schon seit etwa 1928/29 zuweilen recht deutlichen Parallellauf der beiden Konjunkturkurven zeigt. Die konjunkturell saisonbedingt schlechte Zeit wurde durch die Praxis der kurzfristigen Aufträge auch zur „toten Saison" für die Industrie.

Das Bestreben ging jetzt dahin, weniger die Preise zu senken, als vielmehr Beschäftigung für möglichst viele Volksgenossen zu schaffen. Im Preise erschwingliche Produkte nehmen also an der leisen Belebung zunächst teil. Ein für die verschiedenen Branchen anfänglich also ungleichartig verlaufende Konjunkturkurve ist die Folge. Rohstoffpreise und Zinsstand verbieten eine Lagerauffüllung. Die ganze Hoffnung der Industrie zu Anfang des Jahres konzentriert sich also auf den Konsumenten und seine Lage und damit auf die Frage: wie werden sich die wirtschaftspolitischen Maßnahmen der neuen Regierung auswirken? Die Situation ist typisch für die Abwendung von einer „Depression".

Schon im März und April begannen Produktion und Beschäftigung leicht zu steigen. Ein festerer Stand der Rohstoffpreise und ein gewisses spekulatives Bemühen, die Läger aufzufüllen, können als Ursache angesehen werden. Doch greift die Belebung weiter um sich. Das Vertrauen in die politische Führung wächst — die günstigen wirtschaftlichen Folgen machen sich allgemein bemerkbar. Die steigenden Einzelhandelsumsätze führen zu Aufträgen, die mit dem zunehmenden Vertrauen nicht mehr allzu kurzfristig sind. Der Produktionsindex der Textilindustrie steht im Juli mit 94,7 (1928 = 100) wieder auf einem Punkt, der zuletzt Anfang 1930 erreicht wurde.

Jedoch ist die Zunahme der Produktion größer als die Steigerung des Einzelhandelsabsatzes (ca. 12% : 2% im Anfang 1933). Der Handel hat sich also eingedeckt.

Aber die Belebungstendenz kommt durchaus nicht zum Stillstand. Die Einführung von Massen von Arbeitslosen in den Wirtschaftsprozeß bringt der Industrie Beschäftigung, die sogar über

die saisonschwache Zeit reicht. Die Indexziffer der Textilproduktion steht im Oktober bei 97,2 (1928 = 100), also damit auf dem Stand von 1929/30. Das ist gegen den Tiefpunkt der Depression in der Mitte des Jahres 1932 eine Steigerung um 35%. Die geringere Zunahme der Beschäftigungsziffer (+ 15%) zeigt, daß die Industrie zunächst versucht durch rationelle Arbeit, ohne Wiederinbetriebsetzung neuer Maschinen, der Produktionssteigerung gerecht zu werden. Eine Zunahme der Arbeitszeit genügte da bereits zum großen Teil schon.

Wir finden also eine Vorratsvergrößerung, eine Zunahme des Einzelhandelsumsatzes und eine leichte Ausfuhrsteigerung. Die Anteile dieser einzelnen Faktoren auf die gegenüber dem Vorjahr mehr erzeugte Menge schätzt das Institut für Konjunkturforschung folgendermaßen (V. z. K., 8. Jhrg., 3 B, S. 180):

rd. 25 v. H. auf die bisher erreichte tatsächliche Zunahme des Verbrauchs,

rd. 10 v. H. auf die Zunahme der Ausfuhr,

rd. 65 v. H. auf Erhöhung der Lager bzw. Spekulation auf weitere Zunahme des Verbrauchs.

Die letztere Spekulation wurde nicht enttäuscht. Die Zunahme des Umsatzes im November und Dezember ist weiter über das saisonübliche Maß erfolgt. Die Produktion ist mittlerweile um 40% gegen 1932 gestiegen! Alles wirkte zusammen um dieses Ergebnis zu erreichen. Arbeitsbeschaffung, Abkehr vom Warenhaus, politische Sicherheit und besondere Kampagnen unter der Parole: „Wer kauft, schafft Arbeit."

Das erste Jahr des Aufstiegs zeigt uns also in den Ziffern der Produktion und Beschäftigung das folgende günstige Bild:

Indexziffer der Textilproduktion

Gleitende Dreimonatsdurchschnitte

1928 = 100

Januar	83,7	Juli	94,7
Februar	82,1	August	96,6
März	83,2	September	97,3
April	84,2	Oktober	97,2
Mai	83,1	November	96,6
Juni	90,0	Dezember	97,7

Produktionsindex der Baumwollindustrie

Spinnerei und Weberei

1928 = 100

Januar	90,7	Juli	101,5
Februar	92,7	August	109,7
März	95,4	September	108,2
April	93,5	Oktober	106,2
Mai	88,4	November	107,4
Juni	102,5	Dezember	102,8

Beschäftigung in der Textilindustrie 1933

(Vollbeschäftigte; Kurzarb. umgerechn.
Angaben je 100 Mitgl. d. Gewerksch.)
Nicht mehr veröffentlicht!
(Errichtung der Deutschen Arbeitsfront).

Beschäftigung in der Textilindustrie 1933
(Zahl der geleisteten Arbeiterstunden in v. H. der Arbeiterstundenkapazität)

Januar	51,7	Juli	56,3
Februar	51,8	August	56,3
März	51,8	September	57,0
April	52,6	Oktober	57,7
Mai	54,8	November	58,3
Juni	54,2	Dezember	59,9

1934.

Bei dem Konjunkturverlauf der Textilindustrie zeigt sich immer wieder die ganze Vielgestaltigkeit dieser Wirtschaftsgruppe. Von einer einheitlichen Tendenz kann kaum gesprochen werden.

> „Es gibt Zweige, die durch Mode, Rohstoffpreise und Knappheit der Produktionskapazitäten so sehr begünstigt sind, daß schon verhältnismäßig kleine Nachfragewellen genügen, um die Betriebe bis zur Grenze ihrer Leistungsfähigkeit anzuspannen. Es gibt aber auch andere, die aus den verschiedensten Gründen einer allgemeinen Wirtschaftsbelebung sehr spät und nur langsam folgen können, wie z. B. die Gardinenwebereien und die Spitzenindustrie." (V. z. K. 9. Jhrg. 1934, Heft 1 B, S. 36).

Wie anfangs erwähnt, liegt der Behandlung dieser Arbeit die vorstehende Erkenntnis zugrunde. Im Großen gibt die vorliegende Konjunkturschilderung den allgemeinen Zug, die Richtung der Textilproduktion schließlich durch die allgemeine Indexziffer der Textilproduktion wieder. Der Produktionsindex der Baumwollindustrie verengert den Rahmen sodann auf die Gruppe der Textilwirtschaft, die einmal die bei weitem größte ist, und die auch die relativ erheblichste Rolle für das andere Objekt der Arbeit — die Textilfachpresse — spielt.

Der Beginn des Jahres 1934 zeigt ein im Hinblick auf die konjunkturelle Entwicklung der Textilindustrie gutes Bild. Die Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen wirkten sich im Winter des Vorjahres in einer erheblichen Zunahme des Einzelhandelsabsatzes aus. Die Lager konnten geleert werden — die Industrie konnte frei disponieren. Die Versorgung an Rohstoffen, deren Verknappung vorauszusehen war, hatte noch nicht allzu sehr gelitten. Die Vorräte — angelegt aus dieser Voraussicht — reichten noch aus. Jedoch ist durch die Devisenzwangslage fast die gesamte Textilindustrie weitgehend von der Gestaltung ihrer Einfuhrmöglichkeiten bestimmt. Zumindest würde eine weitgehende Verminderung der Einfuhr von notwendigen textilen Rohstoffen der Textilindustrie Deutschlands ein recht verändertes Gesicht geben. Die

Baumwollindustrie ist bekanntlich neben der Jute- und Seidenindustrie nur auf Einfuhr angewiesen. Lediglich die Kunstseide ist auslandsunabhängig. Ende März erfolgte ein Einkaufsverbot. Da der Bedarf nach zuverlässigen Schätzungen bis über die Jahresmitte auszureichen versprach, brauchte die Produktion keine besonderen Rückschläge zu erfahren.

> „Das Problem der Devisenversorgung bleibt also das Kernproblem der Textilwirtschaft, gleichgültig, ob man es von der Rohstoffversorgungs- oder von der Kaufkraftseite her betrachtet. Gegenüber diesem Grundproblem treten alle anderen Fragen (Organisationsformen, Preisspannen, Kostenrelationen, Zinsen usw.) weit in den Hintergrund." (V. z. K. 9. Jhrg. 1934, Heft 2 B, S. 137).

Der Sommer brachte eine erhöhte Produktion zunächst wegen des in Aussicht stehenden Wintergeschäfts. Die Zunahme des Einzelhandelsabsatzes, die Erwartung einer verschärften Einfuhrüberwachung und die anziehenden Rohstoffpreise auf dem Weltmarkt hatten den Handel zu so großen Bestellungen veranlaßt, daß die Industrie bis in den Winter hinein mit Aufträgen versorgt war. Der 19. Juli brachte mit einer Verordnung („Faserstoffverordnung") eine verschärfte Überwachung des Textilrohstoffverbrauchs und zugleich die Begrenzung der Arbeitszeit für ausländische Rohstoffe verarbeitende Betriebe.

Das Ergebnis war eine recht erhebliche Produktionsdrosselung, besonders weil nach der Neuordnung die Betriebe in ihrer Erzeugung weitgehend an den Einzelhandelsabsatz gekettet worden waren. Eine Produktion auf Vorrat ließ sich unter diesen Voraussetzungen nicht in Gang halten. Die unmittelbare Versorgung an den letzten Verbraucher hatte nicht zu leiden, da noch Lager bestanden.

Die Neuregelung sollte da nicht Platz greifen, wo inländische Rohstoffe den Ausfall zu decken vermöchten. Die Leistungsfähigkeit der inländischen Rohstoffindustrien beginnt von diesem Zeitpunkt ab erhöht bedeutungsvoll zu werden. Die inländischen Rohstoffe müßten etwa verfünffacht werden, um die ausfallenden Rohstoffe ersetzen zu können (vgl. V. z. K. 9. Jhrg. 1934, Heft 2 B, S. 133). Die ganze Tragweite dieser Bestrebungen soll hier jedoch nicht erörtert werden. Sehr erhebliche Umstellungen auf allen Gebieten der gesamten Industrie, wie Maschinen, Anlagen, Arbeitsweisen, Kalkulation usw. müßten jedoch als notwendig angesehen werden.

Bezüglich der Versorgung und der Absatzmöglichkeiten lagen die Verhältnisse auch bis zum Schluß des Jahres 1934 nicht ungünstig, da es an Vorräten nicht fehlte. Bei der Produktion jedoch machten sich in der zweiten Hälfte des Jahres gewisse Spannungen bemerkbar, die sich erst durch eine in Grenzen gehaltene Ermöglichung neuer Rohstoffeinfuhr (Kompensationsgeschäfte) und der Aussicht auf das weitere Gedeihen der Versuche zur inländischen Versorgung lösten.

Die folgenden Indizes vermitteln ein recht einprägsames Bild

der Schwierigkeiten dieses Jahres, die sich aus der gespannten Devisenlage Deutschlands entwickelt hatten.

Indexziffer der Textilproduktion

Gleitende Dreimonatsdurchschnitte

1928 = 100

Januar	98,3	Juli	103,2
Februar	101,2	August	92,0
März	103,4	September	94,0
April	103,3	Oktober	93,8
Mai	105,1	November	94,3
Juni	104,1	Dezember	92,0

Produktionsindex der Baumwollindustrie

Spinnerei und Weberei

1928 = 100

Januar	109,5	Juli	111,3
Februar	108,6	August	94,6
März	110,6	September	97,9
April	115,0	Oktober	95,4
Mai	108,2	November	94,4
Juni	118,7	Dezember	93,0

Beschäftigung in der Textilindustrie 1934

(Zahl der geleisteten Arbeiterstunden in v. H. der Arbeiterstundenkapazität)

Januar	59,2	Juli	63,5
Februar	61,9	August	58,9
März	63,7	September	58,8
April	65,2	Oktober	60,5
Mai	64,5	November	62,2
Juni	65,7	Dezember	62,6

IV. Existenzgrundlage und Konjunkturabhängigkeit der Presse.

1. Die Tagespresse.
   a) Die Existenzgrundlagen.
   b) Die Konjunkturabhängigkeit.
2. Die Fachpresse (Textilfachpresse).
   a) Die Existenzgrundlagen.
   b) Die Konjunkturabhängigkeit.

1a) „Je nach dem Alter, der vorhandenen Konkurrenz, der Schichtung des Leserkreises, der vielleicht besondere redaktionelle Aufwendungen forderte, aber auch dafür höhere Preise bezahlte, je nach der wirtschaftlichen Struktur des Verbreitungsgebietes,

die größere oder geringere Inseratenmöglichkeiten bot, je nach der finanziellen Fundierung, den technischen Betriebseinrichtungen hatte die Verlagsleitung die Hauptlast entweder auf die Leser oder die Inserenten zu legen oder sie zwischen beiden auszubalanzieren. Dazu kommt, daß von der Größe und der Art der Auflage sehr weitgehend auch die Zahl und der Preis der Inserate abhängen", sagt Otto Groth in seinem großen Werk „Die Zeitung" (Mannheim 1930, 3. Bd., S. 380) für die Zeit vor dem Kriege. Jedoch kann das ohne Einschränkung für eine inhaltlich und wirtschaftlich unabhängige Presse noch heute behauptet werden.

Das oben angeführte Werk von Otto Groth behandelt in dem Abschnitt „Die wirtschaftlichen Grundlagen" dieses Thema unter Hinzuziehung vieler Autoren ganz eingehend. Aber alle Veröffentlichungen lassen eines klar erkennen. Je nach der Auflagenhöhe, der Qualität und dem besonderen Aufgabenkreis des einzelnen Blattes sind die Kosten- und Einnahmeanteile ganz verschieden.

Es ist nicht Aufgabe der vorliegenden Arbeit, diese Tatsachen erneut zu belegen. Einige Proben aus der Literatur sollen jedoch angeführt werden, um zuzeigen, in welchem Ausmaß die einzelnen Anteile der Kosten schwanken können.

Der Anteil der Löhne liegt (nach Groth) bei einzelnen Zeitungen zwischen 9,5 und 50% der Gesamtausgaben. Die Ausgaben für Papier liegen (nach dem Kriege) zwischen rd. 30—48%. Nur bei kleineren Zeitungen (Aufl. 5000 bis 6000) kamen hier prozentuale Anteile von 12 bis 20% vor. „Der Anteil der Redaktionskosten schwankt zwischen 9 und 30% der Gesamtausgaben bei den großen Blättern; bei den mittleren zwischen 5 und 25%, und bei den kleinen zwischen 5,6 und 17,9%." (Groth; a. a. O., S. 451).

Diesen Ausgaben stehen zwei Einnahmequellen gegenüber: Verkauf und Inserat. Hier finden sich ebenfalls sehr unterschiedliche Angaben. Auch sind die Meinungen darüber geteilt, ob der Abonnent oder der Inserent die Zeitungskosten vorwiegend tragen soll.

Tatsächlich liegen bei einigen Zeitungen die Einnahmen aus dem Verkauf, bei anderen die aus dem Inserat an erster Stelle. Beide Lagen haben ihre Vorteile. Für die Bevorzugung des Abonnements spricht, daß es weniger schwierig ist, die Auflage zu vergrößern, als die Inserateneinnahmen zu erhöhen. „Dem Inseratenmarkt ist auch bei der vollkommensten Organisation regelmäßig ein festerer Rahmen gegeben, als dem Markt des Abonnements, das durch Güte der Leistung und Befriedigung der Leser, durch geschickte Werbung und prompten Vertrieb relativ hoch gesteigert werden kann. Mit Pointierung kann man sagen: das Inseratengeschäft ist starr, das Abonnementsgeschäft elastisch." (Groth; a. a. O., S. 394).

„Die Erhöhung des Inseratenumfangs ist natürlich nur begrenzt möglich, da das Anzeigengeschäft eine Resultante des Wirt-

schaftslebens überhaupt darstellt", sagt hierüber auch Oswald A. Kohut („Zeitungen und Zeitschriften als Handelsgut", Wien 1930, S. 205), in dem Abschnitt über die Rentabilität der Zeitung, und deutet damit gleichzeitig in die Richtung der vorliegenden speziellen Untersuchung über die Beziehung zwischen Konjunktur und Fachpresse.

Dem gegenüber liegen die Vorteile des Inserates einmal in seiner Eigenschaft als gleichmäßiger Einnahmefaktor. „Die größere Stabilität der Inserateneinnahmen ermöglicht einen sicheren Voranschlag der Ausgaben, vor allem der redaktionellen. Mit dieser größeren Sicherheit der Inserateneinnahmen hängt ein weiterer Vorzug dieser zusammen. Eine Steigerung der Bezugspreise bei steigenden Ausgaben ist schwieriger und gefährlicher, als eine solche der Anzeigenpreise." (Groth; a. a. O., S. 395).

Der Stand der Einnahmen aus Verkauf und Inseraten kann also je nach der Budgetpolitik des Verlags und der besonderen Situation der Zeitung (Großstadt-, Industriegebiets-, Provinzzeitung u. a.) anteilmäßig recht verschieden sein. Unter den vielen Beispielen hierfür in der Literatur werden nun einige ausgewählt, um von dem Umfang dieser Unterschiede ein gewisses Bild zu geben.

„Bei einer Zeitung — Auflage über 30 000 —, über die Paul Dierichs berichtet, brachten in Prozent:

	1913/14	1924	1925	1926	1927
Verkauf	45	60	54	54	52
Inserate	55	40	46	46	48"

(zit. bei Groth; a. a. O., S. 389).

„Emil Sorg hat bei einer süddeutschen Provinzzeitung folgende Verhältnisse festgestellt:

	1913	1922
Abonnements	27%	72%
Anzeigen	73%	28%"

(zit. bei Groth; a. a. O., S. 381).

Der Rückgang der Anzeigeneinnahmen erscheint bei diesem Provinzblatt besonders stark, was jedoch als Zeiterscheinung zu werten ist. Die allgemeine Tendenz geht in letzter Zeit auf eine gleichzeitige Erhöhung der Anzeigenquote.

Das ist besonders deutlich bei einer Zeitung mit 30 000 Auflage, deren Anzeigeneinnahme mit 55 bis 56% gegen die Abonnementseinnahme mit 40 bis 44% bei Hellmuth Wolff bemessen wird (zit. bei O. A. Kohut, a. a. O., S. 205).

„Die Verbindung zwischen Vertriebs- und Anzeigengeschäft hat insofern auf die Preisbildung einen entscheidenden Einfluß, als die gesamte Kalkulation im Zeitungswesen die Anzeigeneinnahmen in Rechnung stellt, als kein Zeitungsverleger ohne die

Anzeigeneinnahmen seinen Lesern die gleiche Qualität für den gleichen Preis bieten könnte." (O. A. Kohut; a. a. O., S. 206).

Abschließend kann hier also gesagt werden, daß die Abonnementseinnahmen und die Einkünfte aus dem verkauften Raum sich notwendig ergänzen, in einem Verhältnis, für das ein Gesetz nicht aufgestellt werden kann. Zu viele völlig verschiedene Faktoren, wie Konkurrenz, Leser, Auflage, Qualität usw., wirken hier zusammen, deren Einflüsse im einzelnen zu untersuchen, hier nicht am Platze ist (siehe auch Schluß von 2a).

1b) Der Konjunkturabhängigkeit der Zeitungen und Zeitschriften (Tageszeitungen, Unterhaltungszeitschriften) widmete das Institut für Konjunkturforschung eine besondere Arbeit (Sonderbeilage zum Wochenbericht des I. f. K. v. 14. 8. 1929), in der es u. a. heißt: „Die Verbreitung von Zeitungen und Zeitschriften unterliegt ähnlichen Schwankungen wie der Beschäftigungsgrad der Industrie; sie nimmt bei sinkender Beschäftigung ab und steigt während des Aufschwungs. Gegenwärtig (1929) — also bei stagnierender Beschäftigung — stockt auch der Absatz von Druckschriften. Dabei ist zu beachten, daß der Zeitschriftenabsatz — hier Unterhaltungszeitschriften — bedeutend stärkeren Konjunkturschwankungen unterliegt, als der Absatz von Tageszeitungen." Ferner wird auf Unterschiede innerhalb der Zeitungen hingewiesen: Zeitungen, die vorwiegend ihre Leser unter den Bevölkerungskreisen mit niedrigem Einkommen finden, unterliegen stärkeren Konjunkturschwankungen. Der Absatz von Zeitungen und Zeitschriften mit Lesern höherer Einkommensstufe würde von der Konjunktur kaum berührt.

Diese Untersuchung bezog sich auf den Absatz (Abonnement und Verkauf) von Tageszeitungen und Unterhaltungszeitschriften. Der andere und vielfach wichtigere Einnahmefaktor — das Inserat — wurde hier zunächst nicht berücksichtigt.

Gegen das Ergebnis der Untersuchung ist nichts zu sagen. Sicherlich gehörte auch damals schon bei vielen Menschen die Tageszeitung zum „starren Bedarf". Der Punkt in der Wertskala, an dem das Abonnement aufgegeben wurde, lag hier individuell verschieden, denn diese Art Zeitung gehörte in der Zeit, die diese Untersuchung behandelt, weniger zum kulturellen und politischen Nachrichten- und Erziehungsmittel als heute! „Schließlich" meint Groth (a. a. O., S. 481/482), „kann sich eine besondere Entwicklung im Zeitungswesen ergeben aus der doppelten Grundlage, die das Zeitungsgeschäft besitzt. Die geistige — politische, soziale, kulturelle — Konjunktur ist regelmäßig völlig unabhängig von der wirtschaftlichen. Das Zeitungsinteresse kann sehr intensiv sein, die Auflagen können sehr erheblich wachsen in einer Zeit, wo die Wirtschaft stagniert oder — wie im Kriege — gefesselt ist. In politischen oder sonstwie lebhaften Zeiten verzichten die Leser nicht auf ihr Abonnement, auch wenn die wirtschaftlichen Verhältnisse ungünstig sind." Trotzdem konnte man damals noch ohne Zeitung „leben". Die Aufgabe der Zeitung ist heute gegen

die Zeit von 1924 bis 1933 eine ungleich wichtigere und auch ehrenvollere. Im „Handbuch der Deutschen Tagespresse" sagt Max Amann, der Präsident der Reichspressekammer (Hdb. d. Dtsch. Tagespresse, 3. Aufl., Berlin 1934, S. 8 ff.): „Stellt man für die deutsche Presse als die eine große Aufgabe, die zugleich alle Teilaufgaben in sich begreift, die Forderung auf, das gesamte deutsche Volk zum Nationalsozialismus zu erziehen, so ist damit gleichzeitig klargestellt, daß es sich um ein Kampfziel handelt. Und es ist gleichzeitig erwiesen, daß der endgültige Sieg nur dann errungen werden kann, wenn nicht alle Mitkämpfer auf demselben Wege dem Ziele zustreben, sondern wenn jeder Weg beschritten wird, sofern er nur zu dem einen Ziel hinführt. Die deutsche Presse muß sich also in allen ihren Gliederungen darüber klar sein, daß wirklich wertvolle Leistungen im gemeinsamen Kampf um die Seele des deutschen Volkes nur hervorgebracht werden können, wenn jeder in der Presse Schaffende alle in seiner persönlichen wie journalistischen Eignung, ebenso wie alle in seine verlegerischen Erfahrung und der Besonderheit seiner Zeitung sich ergebenden Wirkungsmöglichkeiten voll einsetzt."

Das ist für die Presse im nationalsozialistischen Staate geschrieben. Sie soll Kampf- und Erziehungspresse sein. Der Dienst am Volke ist der Zweck der Presse. Der Staat bestimmt die Richtung im großen, er stellt die Aufgaben und setzt das Ziel.

Damit hat das Zeitungslesen einen anderen Sinn bekommen. Durch die Zeitung, durch jede Zeitung spricht der Staat zum Leser — er darf sich nicht ausgliedern aus der Gemeinschaft, er braucht die Zeitung in einem besseren und höheren Sinne.

Die Konjunkturabhängigkeit der politischen Tageszeitung vom Abonnement her, kann somit heute vielleicht als nicht mehr in dem Maße schwankend angesehen werden wie es bei dem raschen Wechsel der Konjunktur und der allmählichen Wandlung der politischen Meinung des Volkes in den hier behandelten Jahren der Fall war.

Für Deutschland gibt es fast keine Untersuchungen über die Zusammenhänge von allgemeiner Konjunkturbewegung und Anzeigengeschäft. Dagegen haben die Vereinigten Staaten seit langem eine Statistik über diese Wechselwirkung. Das Institut für Konjunkturforschung, das sich schon 1929 für diese Fragen interessierte, mußte sich bei dem Versuch einer Behandlung dieses Gebiets auf diese amerikanischen Zahlen und Kurven beschränken („Die Lage der verarbeitenden Industrie im Lichte der Leipziger Frühjahrsmesse 1929"; Berlin 1929, S. 33 ff.).

Aus den dort wiedergegebenen Kurven konnte das I. f. K. dann ableiten, daß entgegen der Ansicht des unbefangenen Beurteilers das Inseratengeschäft in Zeitungen und Zeitschriften mit der allgemeinen Konjunktur parallel läuft. Eigentlich hätte man doch erwarten müssen, meint das Institut, daß die Unternehmer unwillkürlich auf jede Verringerung ihres Absatzes mit erhöhter

Regsamkeit reagieren, und daß sie umgekehrt bei steigendem Geschäftsumfang der Insertion nur mehr geringes Augenmerk schenken. Es liegt aber durchgehend weitaus mehr Übereinstimmung der Kurven als Gegenläufigkeit vor.

Allerdings findet sich eine gewisse Folgebewegung derart, daß das Inseratengeschäft der Konjunkturbewegung ein wenig vorausgeht. Das frühere Umbiegen der Kurve erklärt das I. f. K. aus der starken Beschäftigung der Betriebe in der Zeit der Hochspannung. Sie hätten dann wahrscheinlich an der Erfassung neuer Absatzgebiete kein größeres Interesse. Auf der anderen Seite müsse in der Depression der zu erwartende Absatz durch Insertion vorbereitet werden. Weiter zeigt sich in den amerikanischen Erhebungen ein gewisser Unterschied des Inseratengeschäfts der Zeitungen und Zeitschriften. Bei der Zeitung zeigen sich annähernd die gleichen Schwankungsausschläge wie in der Gesamtbewegung der Wirtschaft. Die Schwankungen des Anzeigengeschäfts bei den Zeitschriften sind weitaus schärfer. Das I. f. K. führt das darauf zurück, daß in Amerika (etwa ähnlich wie bei uns) die Zeitschrifteninserate mehr die Werbetätigkeit in der Produktionssphäre wiedergegeben, während man die Zeitungsinserate mehr als Ausdruck der Werbetätigkeit in der Sphäre des Verbrauchs ansprechen könne. (Siehe auch Exkurs „Die Werbung in der Textilwirtschaft"), (s. S. 59 ff.).

Spezielle Untersuchungen über den Einfluß der Konjunktur auf das Inseratengeschäft liegen also für Deutschland nicht vor. Die unterschiedlichen Ansichten beruhen auf Vermutungen und den Erfahrungen, die einzelne Zeitungsbetriebe machen mußten. So äußert sich die „Frankfurter Zeitung" (Frkf. Ztg. Nr. 262; 9. April 1929) in dem Artikel „Das Druckereigewerbe" dazu:

> „Der Zeitungs- und Zeitschriftenverlag spürt die allgemeine Depression doch stärker, als vielfach angenommen wird, wenn es auch eine Reihe von Unternehmungen gibt, deren Rentabilität unter dem Konjunkturrückgang keineswegs gelitten hat. Der nachlassende Geschäftsgang und der daraus folgende Zwang zur Ausgabenbeschränkung erlaubt der Wirtschaft nicht, die in dieser Zeit an und für sich erwünschte stärkere Entfaltung der Propagandatätigkeit. Im großen Ganzen fließen die Inseratenaufträge z. Zt. doch spärlicher, und für die Druckereien wirkt sich die Verminderung im Umfang des Inseratenteils naturgemäß in einem Rückgang der Beschäftigung aus."

Das ist die Meinung einer Zeitung selbst, und sie deckt sich mit der Ansicht der Berufsvertretung, des Vereins Deutscher Zeitungsverleger, der in seinem Jahresbericht 1928/29 zum gleichen Resultat kommt.

Dem steht nun die theoretische Betrachtung gegenüber, die einmal davon ausgehen kann, daß eine Konjunktursenkung selten alle Branchen erfaßt. Die Konjunktur für Luxusartikel kann schlecht, die für Ersatzlebensmittel z. B. dagegen gut sein. Wetter, Mode, Geschmacksänderungen (Strohhüte, Regenschirme, Spazierstöcke u. ä.) die Jahreszeiten und viele andere Faktoren können

gleichzeitig für verschiedene Wirtschaftszweige eine Belebung, für andere eine Katastrophe bringen. Diese Wirkungen können sich also ausgleichen; denn die Tageszeitung nimmt Inserate j e d e r Branche auf.

Andere Ausgleichsmöglichkeiten werden wieder darin gesehen, daß Umfang und Dauer der Inserate, in Krisenzeiten abschwächend wirken können, indem die Gelegenheitsinserate (Konkursausverkäufe, Stellengesuche) und sonstige der labilen Lage entsprechende Anzeigen gegen die Dauerinserate der guten Konjunktur in der Überzahl sind. Auch das vereinzelte Bestreben, den Umsatz durch Steigerung der Werbung zu heben, gehört hierher.

Soweit eine Wirtschaft eben nicht von einer allgemeinen Depression erfaßt ist, mögen diese theoretischen Überlegungen wohl ihre Gültigkeit haben. Sonst aber dürfte gelten, daß das Inseratengeschäft im Zeitungsgewerbe von einer Krise und ihren Auswirkungen genau so erfaßt wird, wie jeder andere Wirtschaftszweig.

2. D i e F a c h p r e s s e (Textilfachpresse).
   a) Die Existenzgrundlagen.
   b) Die Konjunkturabhängigkeit.

2a) Es war nicht möglich, irgendwelche statistischen Erhebungen oder sonstige Untersuchungen über die Fachpresse und ihr Geschäft zu erlangen. Die Erforschung dieses gerade in Deutschland so bedeutenden Sektors der Presse wäre wahrscheinlich recht lohnend. Die Ursache der Zurückhaltung muß also wohl in der Schwierigkeit liegen, an das Material heranzukommen. So sind die Untersuchungen über diesen Gegenstand recht häufig Arbeiten von Verlegersöhnen oder sonstigen mit dem Zeitungsbetrieb besonders Vertrauten. Ganz vereinzelt nur konnten Erhebungen dieser Art mit verständnisvoller Hilfe der Verlage selbst von Außenstehenden gemacht werden.

Auf diesem Gebiet finden sich somit nur Vermutungen vor, derart, wie sie Wagemann in der obenerwähnten Untersuchung (s. S. 50) äußert: „... stärkere Konjunkturschwankungen dürften sich bei den Fachzeitungen einstellen." Über die Existenzgrundlagen der Fachpresse scheint es überhaupt keine veröffentlichten Untersuchungen zu geben, obwohl doch hier gegen die allgemeine Presse Unterschiede bestehen, die eine Sonderbehandlung verdienten. Diese rein zeitungswissenschaftliche Aufgabe gehört jedoch nicht in den Rahmen dieser Arbeit. Hier soll immerhin versucht werden, einen kleinen Einblick in dieses Gebiet zu geben.

Die allgemeine Fachpresse kann ohne Inserateneinnahmen qualitativ nicht eine bestimmte Höhe einhalten. Ja, sie kann es vermutlich nur bei einem sehr viel höheren Prozentsatz an Inserateneinnahmen gegen die Abonnementsgebühren Das Verhältnis 50 :50, das sich häufig bei der allgemeinen Presse fand, wird

dazu nicht ausreichen. (Unter „Fachpresse" werden hier die freien Fachblätter verstanden, die sich selbständig erhalten. Bei von Verbänden oder dem Staat unterstützten und auch bei den von manchen Verlagen aus Prestigegründen trotz Unrentabilität herausgegebenen Fachzeitungen oder Zeitschriften ist die Lage sicher anders.)

Die Ursache für diesen notwendig höheren Einnahmesatz aus Inseraten liegt in der besonderen Lage, in der sich die Fachblätter gegen die Tageszeitungen befinden. Ist der Redaktionsetat der Tageszeitung klein, dann kann sie sich aus vielen Quellen Material zum Füllen ihrer Spalten kaufen. Korrespondenzbüros liefern alles, was zum Inhalt einer Zeitung gehört, gegen verhältnismäßig kleine Bezahlung. Ein einziger Redakteur genügt u. U. zur Sichtung und Einordnung des Stoffes.

Die Fachpresse ist so kaum denkbar. Ihre besonderen Aufgaben, der Wettbewerb der Blätter untereinander und die hohen Ansprüche der sachverständigen Leser nötigen zu einem Aufwand, der oft in gar keinem Verhältnis zu dem einer Tageszeitung mit gleicher Auflage steht. Sie kann keine Witze, Morde oder Reportagen bringen. Der Leser der Fachpresse verlangt genaue Informationen über die Marktlage, Kurse und Aufsätze, die ihn sachkundig belehren.

Zu diesem Dienst sind Fachleute notwendig, und Fachleute haben ihren besonderen Preis. An Plätzen, die für das Fachgebiet, dem die Zeitung dient, besonders wichtig sind, muß sie gewöhnlich Vertreter haben, die ausschließlich ihrem Blatt berichten — aber auch davon leben wollen. Die Anzahl dieser Vertreter ist naturgemäß mitbestimmend für die Aktualität (die eine gute Fachpresse sehr wohl braucht), und damit für das Ansehen.

Die Textilfachpresse dient dem wichtigsten Zweig der Konsumgüter. Ihre Leser, die sich aus Importeuren, Großhändlern, Produzenten und auch Einzelhändlern zusammensetzen, wollen fortlaufend unterrichtet werden über den Rohstoffmarkt, die Kurse, Ernten, Börsen, Gesetze, Neuerungen, die Mode, und die vielen anderen Fragen, die auf einem derart großen Gebiet täglich auftauchen.

Die Bewältigung dieser Aufgaben kostet Geld. Und die Geldbeschaffung kann praktisch nur aus dem zur Werbung verkauften Raum und dem Abonnement erfolgten. Die Frage, wie die Abonnentenzahl zu vergrößern sei, stößt teilweise schon wegen der begrenzten Zahl der Interessenten auf Schwierigkeiten. Eine Tageszeitung vermag an und für sich jeden, der nur lesen kann, zu fesseln. Die Fachzeitung ist für einen bestimmten durch seinen Beruf umgrenzten Leserkreis da. Die Angehörigen dieses Berufes sind auszuzählen. Aus ihrer Zahl kann die einzelne Fachzeitung sich ihren überhaupt möglichen Absatz ausrechnen, wenn sie die Konkurrenz und ihre Leistung in Betracht zieht.

Leistungssteigerung und die Verbreiterung der Basis kommen in Erwägung um die Abonnentenzahl zu erhöhen. Das

erstere geht gewöhnlich auf Kosten der Konkurrenz vor sich und ist wohl meist als Auslese des Guten zu begrüßen. Der zweite Weg — die Verbreiterung der Basis — kann schädlich werden. Denn bei gleicher Seitenzahl wird ein solcher Versuch oft auf Kosten des für die alten Abonnenten bestimmten Raumes erfolgen. Diese kämen in ihren Ansprüchen zu kurz und könnten dem Blatt verlorengehen, bevor es sich in dem neuen Leserkreis eingeführt hat. Ferner ist eine Erweiterung der Grundlage noch in anderer Form möglich. Die Textilindustrie ist ein Wirtschaftszweig mit großer internationaler Verflechtung. Die Importabhängigkeit und der Zwang zum Export bei der deutschen Textilindustrie, die noch lange nicht beseitigt sind, und es wohl auch sobald nicht werden, machen es dem einen oder anderen Fachorgan möglich, sich im Ausland einen gewissen Leserkreis zu schaffen, wenn es Probleme des zwischenstaatlichen Handels, dessen Entwicklung seit Kriegsende eine noch nicht abzusehende Richtung einnimmt, behandelt oder sich zu einer ständigen Erörterung solcher Außenhandelsfragen zur Verfügung stellt. Das ist auch mit Erfolg versucht worden und hebt das Ansehen der betreffenden Blätter zuweilen beträchtlich, ist aber mit erhöhten Kosten verknüpft, denen wohl weniger die Einnahmen aus den Auslandsabonnements als die aus dem Ruf gegenüberstehen.

Sodann kann noch der Versuch der völligen Erfassung der Branche, der die Zeitung dient, erwähnt werden. Gemeint ist die Erfassung auch in vertikaler Richtung. Meist hat nun das Fachblatt sich im Laufe der Zeit selbst einen bestimmten Rahmen gegeben, den auszufüllen gewöhnlich seine ganze Kraft beansprucht, und den zu erweitern riskant sein kann.

Von der Abonnentenseite her ist im allgemeinen also nur unter Umständen, die sich immer aus den ganz speziellen Verhältnissen der einzelnen Druckschrift ableiten, ein Zuwachs der Einnahmen zu erwarten. —

Zum Abschluß dieser zweiten Betrachtung der Existenzgrundlagen kann noch einmal zusammenfassend für die allgemeine und die Fachpresse gesagt werden, daß es im Grund immer verfehlt sein dürfte, eine bestimmte Norm aufstellen zu wollen, wie das Verhältnis : Inserat zu Abonnement zu sein habe. Das geht nicht an, wenn die privatwirtschaftliche Unternehmung „Presse“ im dynamischen Sinne aufgefaßt werden soll — und eine Konjunkturbetrachtung setzt ja eine solche Auffassung der gesamten Wirtschaft voraus. Weder eine Norm über dieses Verhältnis kann aufgestellt werden, noch kann auch nur etwas darüber ausgesagt werden, wie sich bei dem einzelnen Zeitungsunternehmen die Lage auf die Dauer gestaltet. Es herrscht normalerweise eine stete Bewegung (sowohl bei der Fachpresse wie bei der allgemeinen Presse), deren Ursachen mannigfaltig sind und auch zum Teil schon erwähnt wurden. Die Tüchtigkeit des Einzelnen spricht aber hervorragend mit, die die Qualität des Druckwerks gestaltet — denn allein der geistige Inhalt macht eine Zeitung letz-

ten Endes zu dem, was sie ist. Sodann spielt das Interesse eine Rolle, das der Verlag an der periodischen Druckschrift hat, also ob sie eine Haupteinnahmequelle oder ob andere Objekte die Existenz des Verlages bestimmen.

In einem Verlage, in dem noch andere Druckwerke erscheinen, werden sich die fixen Kosten verteilen entsprechend dem Umfang der übrigen Verlagsobjekte. Es kann sogar vorkommen, daß eine periodische Druckschrift gar keine Rente schafft — aber gerade so viel bringt, daß die Deckung des Restes der Maschinen- und Anlagekosten, die durch die anderen Verlagsobjekte allein nicht erfolgen kann, nun durch die Herausgabe einer Zeitung oder Zeitschrift erleichtert wird. Die Zeitung oder Zeitschrift ist dann ein relativ unwichtiger Nebenbetrieb, der neben dem Hauptbetrieb des Verlages (z. B. Akzidenz- oder Buchdruck) bis auf die Deckung eines gewissen (zuweilen sehr kleinen) Kostenteils von geringer Wichtigkeit ist. In einem solchen Fall müßten die Existenzgrundlagen von einem ganz anderen Gesichtspunkt angesehen werden.

Die Frage nach den Existenzgrundlagen der Fachpresse kann also allgemein nicht völlig befriedigend beantwortet werden. Der jeweilige Status ist ungefähr festzustellen. Aber er verschiebt sich fortwährend. Immerhin erleichtert ein gewisser Auftragsvorrat für Inseratenausführungen recht sehr die Kalkulation der Ausgaben.

Andererseits repräsentiert die hier behandelte Textilfachpresse bekanntlich allein ca. 45% der Gesamtauflage der deutschen Textilfachpresse. Sie kann also sicher nicht als derartig vom Inserat abhängig bezeichnet werden, wie es grundsätzlich oben von der Fachpresse überhaupt gesagt wurde. Die aufgezählten Voraussetzungen lassen es somit angebracht erscheinen, die Frage nach den letzten Grundlagen der Existenz der hier behandelten Textilfachpresse nicht eindeutig zu beantworten.

2b) Teilt man die Konjunkturabhängigkeit der Fachpresse ebenso auf, wie es bei der allgemeinen Presse erfolgte, nämlich in: K.-abhängigkeit vom Abonnement her und K.-abhängigkeit von der Inseratenseite aus, dann ergibt sich zunächst, daß das Abonnement bei der Fachzeitung so gut wie krisenfest ist. Die Abgänge und Zugänge von Abonnenten bleiben in ihrem üblichen Rahmen. Der Grund mag der sein, daß gerade in kritischen Zeiten der Unternehmer das Fachblatt nicht entbehren kann. Er braucht die Information der Fachzeitung besonders nötig. Ihre umfangreichen Verbindungen, ihre Fachleute und ihr ganzer, großer Apparat an Nachrichtenquellen und -übermittlungsmöglichkeiten halten ihn auf dem Laufenden — er bestellt sie erst ab, wenn sein Unternehmen in Konkurs geht, oder die Fachzeitung nicht mehr das bietet, was von ihr verlangt wird.

Von den Inserateneinkünften wurde oben gesagt, daß sie eine meist recht wichtige Grundlage der Kalkulation bildeten, wenn

der Verlag über einen gewissen Auftragsvorrat verfügt. Hier ergeben sich aus einer schlechten Konjunktur gewisse Schwierigkeiten. Denn einmal besteht in solcher Zeit die Neigung, weniger und auch nur in jeweils kurzfristigen Aufträgen zu inserieren. Das bedeutet für die Fachzeitung, daß sie (bei gleichem Umfang) mehr Text zu bringen hat; denn die Seitenzahl der einzelnen Nummer kann aus mancherlei Gründen nicht leicht geändert werden. Diesen Text muß das Blatt bezahlen. Die Fachpresse hat also in Krisenzeiten an sich schon verminderte Einnahmen gegen erhöhte Ausgaben. Aber gerade in Zeiten sinkender Konjunktur hat sie die wichtigsten Aufgaben.

Dann aber ist noch durch die Gesetzgebung nach dem Jahre 1933 eine für viele Verlage folgenreiche Änderung geschaffen worden, die der Fachpresse die Kalkulationsgrundlage, die gerade ein Vorrat an Anzeigenaufträgen über längere Zeit bildet, ziemlich entzogen hat, was sich in Zeiten schwächerer Konjunktur besonders fühlbar macht. Nach dem Gesetz über Wirtschaftswerbung (WWG vom 12. September 1933 RGB I Nr. 99, S. 625) bestimmte der Werberat der Deutschen Wirtschaft (WDW) in seiner 3. Bekanntmachung (3. Bekanntmg. vom 21. 11. 33; RA Nr. 274 Ziff. 8, 9, 10) als allgemeine Höchstgrenze für Nachlässe bei Mengenabschlüssen den Satz von 20%. Erfahrungsgemäß waren in der Zeit, die die Arbeit überwiegend betrachtet, oft recht umfangreichere und auch spezialisiertere Nachlässe bei großen Abschlüssen üblich. Sie wurden von den Verlagen gerade in Zeiten schlechter Konjunktur gewährt, teils um dem Wirtschaftszweig entgegenzukommen, teils um so durch möglichst langfristige Aufträge seitens der Industrie und des Großhandels trotz der schlechten Konjunktur einen größeren Auftragsvorrat und eine erträgliche Kalkulationsbasis zu haben, die dem Zeitungsbetrieb eine qualitativ wertvolle Existenz bekanntlich oft erst ermöglicht. Durch die Festsetzung einer absoluten Höchstgrenze für den Nachlaß und Bestimmungen (a. a. O., Ziff. 10) über Größe und Form der Ausführungen haben die Auftraggeber — wie der Kurvenverlauf zeigt — das Interesse an der Vergebung großer Aufträge häufig verloren. Die jeweilige Geschäftslage bestimmt die fast durchweg kurzfristigen Anzeigenaufträge. Die Fachpresse ist dadurch vielfach in recht erheblichem Maße an die Konjunkturkurve der Industrie und des Großhandels gekettet. (Begründet sind die Werberatsbestimmungen damit, daß durch eine Nachlaßhöchstgrenze die kleineren Inserenten gegen die großen nicht allzu benachteiligt sind. Der kleine Inserent soll durch einen starren Tarif bei kleinen Aufträgen nicht für den geringeren Umfang seines Unternehmens dadurch noch „bestraft" werden, daß der Großinserent einen äußerst elastischen Nachlaß eingeräumt bekommt. Der gute Sinn der Bestimmungen ist klar — die geschilderten Tatsachen haben sich jedoch zum Teil recht umfänglich entwickelt.)

Aber es gilt auch hier wieder, was bereits zu den Existenzgrundlagen gesagt wurde: die Konjunkturabhängigkeit der Textilfachpresse ruht auf verschiedenen Voraussetzungen. Ist die Abonnentenzahl auch relativ stabil — persönliche Tüchtigkeit der geistigen Führung des Blattes vermag auch sie oft trotz schlechter Konjunktur zu vergrößern. Und bei einer großen Abonnentenzahl tritt die Existenzabhängigkeit vom Inserat wieder mehr zurück — also auch eine davon herrührende Konjunkturabhängigkeit. Immerhin bietet der zur Wirtschaftswerbung verkaufte Raum der Textilfachpresse eine Hauptmöglichkeit zur qualitativen Mehrleistung, so daß dem größeren oder geringeren Willen zur Werbung bei der Wirtschaft ein gewisser Anteil an der Konjunkturabhängigkeit der Fachpresse und ihrer der Wirtschaft wieder so durch bessere oder geringere Qualität nützenden Leistung zuzuschreiben ist.

Dieser Wille zur Werbung ist es also vorwiegend, der Textilwirtschaft und Textilfachpresse zu gegenseitigem Nutzen und in die hier betrachteten Zusammenhänge bringt. Die Werbung in der Textilwirtschaft, ihre Formen und besonderen Gegebenheiten, sowie ihre Beziehung zum Konjunkturverlauf in Textilfachpresse und Textilwirtschaft sollen darum in dem jetzt folgenden Exkurs betrachtet werden.

Verhältnis von abgedruckten Text- und Anzeigenseiten eines Textilfachblattes (mit Beilagen) **).

Jahr	gesamt *)	Text *)	Anzeigen *)	= % *)
1926	10 500	3 838	6 252	155,5%
1927	10 706	4 296	5 910	133,7%
1928	12 364	6 852	5 012	74,9%
1929	9 282	4 494	4 288	95,9%
1930	7 594	3 973	3 121	67,4%
1931	6 008	3 377	2 131	67,9%
1932	4 838	2 915	1 423	56,3%
1933	4 778	3 130	1 148	43,7%
1934	4 322	2 908	914	41,5%
1935	3 064	2 003	561	42,0%

*) Sämtliche Zahlen nicht absolut, sondern mit gleichbleibender Subtraktion. Die Prozentziffern jedoch sind von den absoluten Zahlen.

**) Zu beachten ist hier die Bemerkung auf Seite 55, daß über dieses Verhältnis weder eine Norm aufgestellt, noch Allgemeingültiges über die jeweilige Entwicklung auf die Dauer ausgesagt werden kann. Aus diesem Grunde wurde obige Aufstellung im Text nicht erwähnt.

V. Exkurs.

Werbung in der Textilwirtschaft.

1. Begriffsbestimmungen.

Im Verlauf des vorliegenden Abschnitts wird neben den schon in der allgemeinen Einleitung festgelegten Begriffen den Begriffsbestimmungen des Werberats der Deutschen Wirtschaft (WDW) gefolgt, die dieser in seinen Bekanntmachungen (veröffentlicht im Deutschen Reichsanzeiger — RA—) aufstellte. Zur näheren Erfassung des hier behandelten Sondergebiets werden jedoch noch einige Begriffsbestimmungen eingeführt, die — aus der Praxis gewonnen — die besonderen Verhältnisse schärfer umfassen werden, als es die für den beabsichtigten Zweck zu allgemeinen gesetzlichen Definitionen tun.

Der WDW unterscheidet zunächst die Wirtschaftswerbung ausführenden Personen (2. Bekanntmachung des WDW vom 1. 11. 33 RA Nr. 256).

1. Werbungtreibender ist, wer für seine eigene entgeltliche Leistung (Erzeugung, Dienstleistung, Vermietung, Verkauf usw.) Werbung treibt.
2. Werbeberater ist, wer andere als selbständiger Unternehmer gewerbsmäßig bei der Werbung berät.
3. Werber ist, wer für andere Werbung durchführt und wer Werbeflächen als deren unmittelbarer Besitzer anderen zur Verfügung stellt (Flächengesteller).
4. Werbungsmittler ist, wer Werbern Werbeaufträge für andere im eigenen Namen und für eigene Rechnung erteilt.

Ein Werbungtreibender führt Eigenwerbung; Werbeberater, Werber, Werbungsmittler führen Fremdwerbung aus.

Eine Anzeige im Sinne dieser Bekanntmachung ist eine Werbung, die in einer Druckschrift ausgeführt wird.

Die gesetzlichen Bestimmungen und ihre amtlichen Begründungen über die noch gesprochen wird, setzen die Begriffe Wirtschaftswerbung, Werbung, Werbetätigkeit, Reklame und Propaganda gleich. In der Fachliteratur haben diese fünf Bezeichnungen ihre Unterscheidung gefunden. Jedoch sind die Abgrenzungen verschwommen, und die Gesetze lehnen sich offenbar an den Sprachgebrauch an, der hier ebenfalls nicht klar unterscheidet.

Werbung (Wirtschaftswerbung, Werbetätigkeit, Reklame, Propaganda) ganz allgemein ist somit der mit verschiedenen Mitteln unternommene Versuch einer nicht mit Befehlsgewalt ausgestatteten oder auf die Ausübung von Befehlsgewalt verzichtenden Person oder Personengruppe (Werbungtreibende), andere zu Handlungen oder Unterlassung zu bewegen. Hier kann noch die weitere Unterscheidung zwischen eigennütziger und gemeinnütziger (bzw. uneigennütziger) Werbung gemacht werden. Die eigennützige oder gemeinnützige Werbung ist dann der Versuch, Hand-

lungen oder Unterlassungen zu verursachen, die unmittelbar allein oder vorwiegend der Gesamtheit des Volkes Nutzen bringen. Diese Art der Werbung kommt in unserer Untersuchung unmittelbar nicht in Betracht.

Die eigennützige Werbung ist der Versuch, Handlungen oder Unterlassungen zu verursachen, die allein dem Werbungtreibenden Nutzen bringen sollen. Diese Art der Werbung in ihrer Eigenschaft als Mittel zur Beeinflussung des Konjunkturverlaufs in der Textilwirtschaft wird betrachtet werden.

Zunächst will sich jede Werbung an einen möglichst umfassenden Personenkreis richten. Dieses Ziel erreicht sie durch die vorteilhafteste Auswahl des besten Werbeträgers oder Werbemittels. Unter Werbeträger (Werbemittel) versteht man den Gegenstand oder das Mittel, durch das man seine Werbung an den in Betracht kommenden Personenkreis heranträgt — also das Plakat, die Giebelwand, die Zeitungsseite u. a. Jeder einzige Werbeträger ist je nach seiner besonderen Lage und Eigenschaft (Straße, Bahnhof, Landschaft, Prospekt usw.) in anderer Hinsicht gut zur Werbung geeignet.

Kostbare Reitstiefel oder Juwelen z. B. verlangen einen anderen Werbeträger als ein billiges Putzmittel. Den richtigen Werbeträger für die zu verkaufende Leistung zu finden, gehört zu den Elementarkenntnissen des Werbungtreibenden.

2. Werbung in der Presse.

Die Zeitung und Zeitschrift hat seit je als bevorzugter Werbeträger gegolten. Der Grund mag darin liegen, daß auf diesem Wege der Werbungtreibende den möglichen Interessenten am persönlichsten ansprechen kann. Auch ist ihm die soziale Schichtung des Leserkreises häufig bekannt. Der umworbene Käufer ist schon in einer gewissen Empfänglichkeit für das gedruckte Wort, wenn er die Zeitung liest, und es ist auch zweifellos für den Werbungtreibenden ein besonderer Vorteil, daß der Eigentümer der Zeitung seine Werbung „schwarz auf weiß" behält und der Vergeßlichkeit des Käufers gesteuert werden kann. Hinzu tritt noch das Moment des besonderen Vertrauens, das der Abonnent seiner Zeitung gegenüber hegt. Das wurde schon rechtzeitig erkannt. Ja, es führte häufig allein der Zweck ein Werbeträger zu werden, zur Gründung einer Zeitung. In vielen Ländern wird aus dieser Tradition heraus noch heute die erste Seite der Zeitung ausschließlich zur Werbung verkauft.

Aber nicht nur eine bestimmte soziale Schicht kann so durch die Wahl des richtigen Werbeträgers angesprochen werden. Auch bestimmte Wirtschaftsgruppen kommen oft für den Werbungtreibenden allein als Interessenten für seine entgeltliche Leistung in Betracht. Und für diesen Zweck ist die Werbung in der Fachpresse besonders geeignet. Ihr Verzicht auf unbedingte Publizität macht sie zu einem hervorragenden Werbeträger für alle die

Erzeugnisse und Leistungen, die nur für eben den begrenzten Personenkreis, den die Leser der Fachpresse darstellen, von Interesse ist.

So führt das Bedürfnis nach völliger oder in bestimmter Weise bedingter Publizität in der Presse zwei Elemente zusammen, die es zunächst ganz und garnicht zu einander zu ziehen scheint, den Journalisten und den Werbungtreibenden.

3. Entwicklung des Verhältnisses von Presse und Werbung.

Die Geschichte der periodischen Presse ist nicht arm an Diskussionen über das Problem dieser Zusammenarbeit, das die Öffentlichkeit bis in die heutige Zeit hinein beschäftigt.

Wir sahen (S. 49), daß die Anzeige der allgemeinen Presse zu einem großen Teil (30—50%), der Fachpresse fast ausschließlich die materielle Grundlage bietet. Dafür gibt der Journalist der Zeitung überhaupt erst den würdigen Inhalt, der ihr die Verbreitung sichert, die die Werbung zum Erfolg benötigt. Hier liegt die Gefahr gegenseitiger Beeinflussung. Und sie war seit Bestehen einer periodischen Presse die Ursache für Befürchtungen verschiedener Art. Man sorgte sich um die Beschränkung der Pressefreiheit von der Wirtschaft her, und auch wieder um die zu große Macht der Presse falls sie allzu unabhängig werden würde. Das führte zu extremen Forderungen, wobei die Hauptsache — das Staatsinteresse — gewöhnlich außer Acht gelassen wurde.

Immerhin hat es die deutsche Presse verstanden, sich und ihren Ruf von dem Makel reinzuhalten, von dem man die Presse anderer Länder durchaus nicht immer frei sieht. Freilich gab es auch bei uns Ausnahmen: Firmen mißbrauchten ihre materielle Macht der Presse gegenüber — die Presse versuchte, die Überlegenheit ihrer Publizität gegen Wirtschaftsunternehmungen auszunutzen. Die Bezeichnung „Revolverblätter" stammt aus der Zeit.

4. Die heutige Lage.

Die Gesetze, die der Staat von 1933 der Presse und allen mit und an ihr arbeitenden Personen gab, haben allein schon die bloße Gefahr einer Beeinflussung von Presse und Wirtschaft im ethisch verwerflichen Sinne beseitigt. Eine deutliche Trennung beider ist schon rein äußerlich (im Schriftbild des Druckwerks) durch Gesetz zur Verpflichtung geworden. Die §§ 13, 14; 38, 39, 40 und 41 des Schriftleitergesetzes (SchG v. 4. 10. 33; i. Kr. durch VO v. 19. 12. 33) begrenzen eindeutig die Rechte und Pflichten sowohl des direkt an einem Presseerzeugnis Tätigen, wie des sich seiner Publizität zur Werbung Bedienenden.

Die betreffenden Gesetzesstellen engen die „Pressefreiheit" keineswegs ein — die Verwechselung von Freiheit und Zügellosigkeit verhindern sie gründlich. Die Grenzen der Freiheit, deren Umfang früher so oft der Einzelne bestimmte, sind jetzt ein-

deutig da, wo die salus publica Schaden erleiden kann. Die amtliche Begründung spricht von einer Umwandlung der deutschen periodischen Presse in einen Träger öffentlicher Aufgaben. Sie ist ein „Mittel der geistigen Einwirkung auf die Nation, ein Kultur-, Erziehungs-, vor allem auch Staats- und Nationalerziehungsmittel wie Schule, Rundfunk, Bühne, Film". (Begründung zum SchG; zit. aus „Hitlergesetze IV" Reclam Bd. Nr. 7239, S. 16 ff.)

Viele Forderungen, die lange umstritten waren, sind durch das SchG erfüllt worden. Der periodischen Presse wurde die Haltung zum Gesetz gemacht, die sich nur wenige Presseerzeugnisse schon immer zum Grundsatz gemacht hatten.

Die wahrhaftige Behandlung der dargestellten Gegenstände (§ 13 SchG), Fernhaltung alles dessen, was eigennützige Zwecke mit gemeinnützigen in einer die Öffentlichkeit irreführenden Weise vermengt, und was die Kraft des Deutschen Reiches ..., den Gemeinschaftswillen ..., Kultur oder Wirtschaft zu schwächen ... geeignet ist (§ 14, 1,2 SchG), bildet die Aufgabe des Zeitungsmannes und weist auf die Grenzen zwischen Gemeinnutz und Eigennutz.

Das Fordern, Anbieten oder Androhen von Vorteilen oder Nachteilen für Handlungen, die gegen die §§ 13 und 14 SchG verstoßen, wird je nach der Sachlage als Pressebestechung oder Pressenötigung mit Gefängnis oder Geldstrafe (§§ 38, 39, 40), ja auch dem Verlust der bürgerlichen Ehrenrechte bestraft (§ 41 SchG).

Das gesamte Werbewesen regelt das Gesetz über Wirtschaftswerbung (WWG v. 12. September 1933 und DVO) mit seinen Durchführungsverordnungen. Auf dem Gebiete der Wirtschaftswerbung soll dadurch die Wirksamkeit der Werbung durch organisatorische Zusammenfassung und systematische Gestaltung auf das Höchstmaß gesteigert werden. Mißstände (Auflagenschwindel; Täuschung des Publikums) wurden beseitigt, Wahrheit und Würde in der Werbung zur gesetzlichen Pflicht gemacht. (Begründung zum WWG; zit. aus „Hitlergesetze IV", a. a. O., S. 40 ff.)

Mit diesen Gesetzen hat der Nationalsozialismus die Entwicklung des Verhältnisses zwischen Presse und Wirtschaft (Werbung) zu Ende geführt.

5. Werbung in der Textilwirtschaft.

a) Formen der Werbung, Werbeträger und Werbungtreibende in der Textilwirtschaft.

b) Veränderungstendenzen.

c) Zusammenfassung.

(Es handelt sich in diesem Abschnitt nur um die Werbung in der Textilwirtschaft. Die Bezeichnungen: Fachpresse, Fachwerbung, Fachgenossen usw. sind also nur im Hinblick auf die Textilwirtschaft zu verstehen.)

Die Werbung der Textilwirtschaft kennt zwei Formen, die als Publikumswerbung und Fachwerbung bezeichnet werden können.

Publikumswerbung ist die Werbung (des Einzelhandels) gerichtet an das Publikum (Verbraucher).
Fachwerbung ist die Werbung von Industrie und Großhandel gerichtet an die Fachgenossen.

Diese beiden Werbeformen werden zunächst auf ihre Besonderheiten untersucht.

Alle Publikumswerbung sieht ihre Aufgabe darin, bestimmte Konsumgewohnheiten in die gewollte Richtung zu lenken, neue Bedürfnisse zu wecken, kurz zum unmittelbaren Konsum durch den letzten Verbraucher anzuregen.

Die konsumnaheste der beiden Wirtschaftsgruppen, der Einzelhandel, kann gar keine andere Werbung betreiben als die Publikumswerbung. Durch den täglichen Verkehr mit der Kundschaft lernt der Einzelhändler den Konsumenten kennen. Die Masse der Verbraucher ist ihm also nicht völlig anonym. Hieraus ergibt sich für ihn eine Verkaufschance, die er recht gut ausnutzen kann durch empfehlende Verkaufsgespräche, Schaufenster, Plakate, das Anschlagwesen in seinem Bezirk, durch Anzeigen in den allgemeinen Zeitungen usw. In dieser Arbeit wird der Einzelhandel zuweilen von Industrie und Großhandel unterstützt (durch Überlassung von Plakaten, Drucksachen, Dekorationen, ja auch Beteiligung an den Kosten).

Zur wirksamen Publikumswerbung hat die Ware jedoch bestimmte Vorbedingungen zu erfüllen. Sie muß reif zur Werbung sein, d. h. sie muß gleichmäßig in ihrer Erscheinungsform sein, auch braucht sie gewöhnlich eine „Wortmarke", damit sich in dem Konsumenten eine feste Ideenverbindung zwischen dieser Wortmarke und der speziellen Ware mit ihren besonderen Eigenschaften bilden kann. Die Menge und Art der Vorzüge gegen andere, ähnliche Produkte, und die Weise, wie die Verbraucher davon unterrichtet werden, entscheidet, ob die Ware sich dann als Markenartikel durchsetzen kann.

Durch seine bessere Kenntnis des Verbrauchers ist für den Einzelhandel die Publikumswerbung naturgemäß am vorteilhaftesten.

Für die Publikumswerbung kommen alle überhaupt nur möglichen Werbeträger und -mittel in Betracht. (Werbebriefe, Plakate, Schaufenster, Drucksachen usw., sowie die Anzeigen in der allgemeinen Presse.)

Die Fachwerbung arbeitet unter anderen Voraussetzungen. Hier spricht die Industrie und der Großhandel zu einer in der Hauptsache bekannten und übersehbaren Menge von Fachgenossen, die berufsmäßig interessiert sind. Es sind das zunächst die Einzelhändler.

Diese Fachgenossen kommen viel schneller zu einem Urteil über den Wert oder Unwert einer Ware, als die Massen der

Zeitungsleser oder Straßenpassanten, an die sich die Publikumswerbung doch richtet. Die Fachwerbung kann also bei der Sachkenntnis derer, an die sie sich wendet, von höheren Voraussetzungen ausgehen. Ganz knappe Erklärungen in der Fachsprache genügen hier, um bei dem Abnehmer eine bestimmte Vorstellung von der angebotenen Ware zu bilden. Die kaufmännische Vernunft wird angesprochen, denn der Händler erwirbt die Ware nicht, um sie selbst zu verbrauchen, sondern weil er sie mit Gewinn zu verkaufen hofft. Er hat zudem für gute Leistungen des Produzenten ein viel besseres Gedächtnis als der Verbraucher, denn die Kenntnis guter Bezugsquellen gehört zu seiner Fachkunde, deren ständige Erweiterung in seinem Lebensinteresse liegt.

Die Notwendigkeit zur Schaffung einer Wortmarke mit allen ihren Bedingungen besteht hier nicht. Der Name des Produzenten ist Marke genug. Das Mindestmaß an Werbung — die bloße Erinnerung an den Namen — genügt hier oft. Die Fachwerbung kann aber auch vom Produzenten so ausgestaltet werden, daß sie bis zum letzten Verbraucher vorzudringen vermag. In diesem Fall ist die Fachwerbung zwar an den Einzelhändler gerichtet, kann sich aber von diesem leicht in Publikumswerbung umwandeln lassen. Man kann dann von einer indirekten Publikumswerbung der Industrie und des Großhandels sprechen. Diese Form der Fachwerbung ist in Deutschland weniger ausgeprägt.

Eine andere Art der Fachwerbung ist die Werbung der Produzenten unter sich. Es handelt sich hier um jene Werbung, die eine Ware auf ihrem Wege von einer Gruppe von Produzenten zu einer anderen begleitet. Auch Methoden der Bearbeitung der Ware in bestimmter Hinsicht (Farbechtheit, Mottensicherheit u. a.) sind Gegenstände dieser Fachwerbung, die sich an die Spinner, Weber, Ausrüster, Verarbeiter und Händler richtet.

Als Werbeträger für die Fachwerbung kommt fast ausschließlich die Fachpresse in Frage.

b) Wie oben kurz ausgeführt, können die Aufgaben der Publikumswerbung und der Fachwerbung also als gleichmäßig auf die Wirtschaftsgruppen verteilt angesehen werden, für die sie ihrer Lage im Organismus des Wirtschaftskörpers am geeignetsten sind. Die Fachwerbung ist vorwiegend Sache der Industrie und des Großhandels, die Publikumswerbung treibt möglichst allein der Einzelhandel mit gewisser Unterstützung des Produzenten oder Grossisten.

Mit der Verschiebung der Abhängigkeit der Industrie vom Handelslager auf den letzten Verbraucher (s. S. 37), begann sich auch teilweise die Richtung der Werbung zu ändern. Die anfangs ziemlich sicher verteilten Bezirke der Werbetätigkeit hatten die Tendenz sich umzugruppieren: der Produzent und der Grossist begannen auch Publikumswerbung zu treiben in dem Bestreben, sich den geänderten Verhältnissen bestmöglich anzupassen. Sie suchten den Konsum auf ihre ganz bestimmte Ware hinzulenken,

und zwar durch Eigenwerbung gerichtet an den letzten Verbraucher.

Berücksichtigt man den Zweck jeder privatwirtschaftlichen Werbung, so muß man sich fragen, ob Textilindustrie und Textilgroßhandel die zur Aufrechterhaltung eines rentablen Nutzungsgrades ihrer Anlagen notwendigen langfristigen Aufträge leichter, d.h. unter kleinerem Aufwand an Zeit, Kosten und Mühe erhalten, wenn sie Publikumswerbung treiben, oder ob das Ziel einfacher zu erreichen ist durch eine verbesserte und umfänglichere Fachwerbung.

Den oben schon kurz erwähnten Voraussetzungen der Publikumswerbung (Wortmarke, Reklamereife) ist in Hinsicht auf die Durchführung dieser Art Werbung durch Industrie und Großhandel noch hinzuzufügen, daß fremde, uninteressierte Menschen von der direkten Publikumswerbung zu Käufern gemacht werden sollen. Dazu ist es für das Gros der Textilwaren als Massenprodukten schwierig zu Markenartikeln zu werden. So muß nun Industrie und Großhandel seine Publikumswerbung in Gang setzen und in Gang halten. Denn das Wichtigste ist die Ausdauer im Durchhalten der Werbeaktion. Fängt man groß an und gibt klein bei, ist meist aller Aufwand vertan und Prestige verloren, was sich wieder in Barverlust umwandelt, da sich der Eindruck bildet, die Ware könne nichts getaugt haben. Mit einer schlechter werdenden Konjunktur verringert sich die Angriffsfläche (Reklamestreuwirkung), da in langen Depressionsperioden der Bezug von Zeitungen, Zeitschriften, das Reisen usw. eingeschränkt werden. Die Folge ist ein entsprechend erhöhter Aufwand. Sodann muß sich die Werbekraft auch noch aufspalten in die Richtung auf den Einzelhändler und den letzten Verbraucher, denn seitens der Industrie und des Großhandels kann auf die Fachwerbung nicht verzichtet werden, die den Einzelhändler von der Ware zu überzeugen hat, weil sich sonst neue Schwierigkeiten bilden können. Wird nämlich die direkte Publikumswerbung der Industrie und des Großhandels zu intensiv, so kann die Industrie und der Großhandel mit gewissem Widerstand des Einzelhandels rechnen, der eine solche Konzentration der Nachfrage oft als eine lästige Differenzierung ansieht.

Es ist dies so zu verstehen, daß der Einzelhändler sich durch die große Publikumswerbung für eine bestimmte Ware von Industrie und Großhandel in der Freiheit der Disposition über sein Lager beeinträchtigt sieht. Auch befürchtet er die Wertminderung seiner Lagerbestände. Also wird er häufig der Nachfrage nach den mit großem Aufwand von der Industrie und dem Großhandel propagierten Artikeln mit seinen aus der persönlichen Bekanntschaft mit dem Kunden zur Verfügung stehenden Mitteln entgegentreten.

Diese Schwierigkeiten stellen sich also in mehr oder minder großem Maße der direkten Publikumswerbung von Industrie und Großhandel entgegen.

Die Fachwerbung, verbunden mit indirekter und direkter Publikumswerbung, wird in Deutschland bisher nur von recht wenigen Firmen betrieben. Eine andere Erscheinung bieten in dieser Hinsicht die englischen Fachblätter. Hier ist die systematische Werbung in beiden Formen recht gebräuchlich.

Ein typisches Beispiel aus einem englischen Textilfachblatt, dessen Wesen dem der in dieser Arbeit behandelten Textilfachpresse entspricht, möge hier folgen („The Drapers' Record", January 25. 1936). Die ganze Seite der Anzeige beherrscht das Bild einer Frau, die den propagierten Gegenstand (Damenunterkleidung) trägt. Im Text wird sodann auf die besondere Verkäuflichkeit der Ware in einer Form hingewiesen, die in zwar fachlicher Ausdrucksweise aber leicht in Publikumswerbung umzuwandelnder Art die Vorzüge des Artikels beschreibt. Dann folgen die Worte:

> "Every woman will see them! When advertising begins, large spaces in all the papers read by women will s h o w these undies in striking displays . . . will s h o w the charming lace-knit patterns, and will f e a t u r e the temptingly low prices. Be ready! Order now — and o r d e r e n o u g h !"

Der Einzelhandel wird also zum Schluß auf die bevorstehende Werbeaktion hingewiesen — er kann sich eindecken, und er kann die Werbung der Industrie in beinahe der gleichen Form wiedergeben, wie sie ihm in Text und Bild durch sein Fachorgan vermittelt wurde. Denn in der Regel hat der Einzelhändler auf die Qualität, das Aussehen und die Verpackung nicht viel Einfluß. Es ist darum für den Produzenten eine wichtige und lohnende Aufgabe, seine Ware verkäuflich zu machen. Das kann er tun, indem er dem Verkäufer „Verkaufsargumente" mitgibt, ähnlich wie es die geschilderte Anzeige in dem englischen Fachblatt ausführt. Die Fachpresse trägt diese Werbung — sie ist Fachwerbung, aber zugleich Publikumswerbung, d. h. die erwähnte indirekte Publikumswerbung von Industrie und Großhandel. Daneben kann dann — soweit es für den einzelnen Artikel möglich ist, (was aber erfahrungsgemäß für Textilien selten zutrifft) — eine gewisse direkte Publikumswerbung der Industrie und des Großhandels laufen.

Diese Form einer systematischen Werbung hat sich in Deutschland noch nicht umfassend einführen können, obwohl sie den Verhältnissen sicher am ehesten gerecht würde, die sich aus der größeren Abhängigkeit von Industrie und Großhandel vom letzten Verbraucher entwickelt haben.

c) Die vorgenommene Unterscheidung der zwei Werbeformen mit ihren notwendigen Trägern möge die nachstehende Aufteilung noch einmal kurz veranschaulichen.

A. F a c h w e r b u n g : die Werbeform des Produzenten und Grossisten. Sie richtet sich

a) an den Einzelhändler (soll für diesen die Möglichkeit zur

Umwandlung in Publikumswerbung haben. „Indirekte Publikumswerbung" der Industrie und des Großhandels.) und

b) an den Weiterverarbeiter.

Träger der Fachwerbung ist die Fachpresse.

B. Publikumswerbung. Sie richtet sich nur an den Verbraucher und geht aus

a) von dem Einzelhändler, dessen einzige Form der Werbung sie darstellt; und

b) von der Industrie und dem Großhandel, für die diese Werbeform jedoch wegen des speziellen Charakters der Textilwaren (Nichteignung zum Markenartikel), den besonderen Erfordernissen dieser Werbeart (Wortmarke, hoher Aufwand, Intensität und Ausdauer in der Durchführung), und wegen der mangelnden Kenntnis des letzten Verbrauchers als einzige Werbeform oft unlohnend und unzweckmäßig ist. (Sie muß von der „indirekten Publikumswerbung" getragen werden.) Sämtliche überhaupt möglichen Werbeträger (allgemeine Presse, Plakate usw.) sind geeignet, die Publikumswerbung aufzunehmen.

6. Werbung und Konjunktur.

Ernst Wagemann streift das Thema in der letzten Nummer des Jahrgangs 1935 der Vierteljahrshefte zur Konjunkturforschung in einer Untersuchung über die „Konjunkturpolitische Verbrauchslenkung" (V. z. K. 10. Jhrg. 1935, Heft 3, Teil A). Unter Verwendung der oben in anderem Zusammenhang bereits erwähnten amerikanischen Schaubilder (s. S. 51), die sich mit der Werbung in Zeitungen und Zeitschriften im Konjunkturverlauf befassen, sagt Wagemann (a. a. O., S. 259 ff.):

„Die private Werbetätigkeit hat auf vielen Gebieten reiche Erfahrungen über die Möglichkeit der Verbrauchsbeeinflussung gesammelt. Eine andere Frage ist, ob sie sich konjunkturpolitisch richtig verhalten hat. Nach dem vorliegenden (amerikanischen) Material besteht zwischen Werbetätigkeit und Konjunkturbewegung eine ziemlich weitgehende Übereinstimmung. Allerdings geht die Werbetätigkeit der Konjunkturbewegung um ein geringes voraus, d. h. der Umbruch tritt sowohl bei der Höhen- wie bei der Tiefenlage zuerst in der Kurve der Werbetätigkeit auf. So geht die Werbung in Zeitungen und Zeitschriften bereits seit dem ersten Vierteljahr 1920 zurück, während die Geschäftstätigkeit erst in der zweiten Hälfte des Jahres 1920 den Höhepunkt erreicht. Umgekehrt steigt die Werbetätigkeit bereits 1921, während die Geschäfte sich erst zu Beginn des Jahres 1922 beleben."

Auch eine schon 1929 erfolgte Veröffentlichung des I. f. K. bringt in dem Abschnitt „Wirtschaftsbewegung und Werbetätigkeit" einiges über das Gebiet. („Die Lage der verarbeitenden Industrie im Lichte der Leipziger Frühjahrsmesse 1929; Berlin 1929, S. 34 ff.). Neben den oben bereits erwähnten amerikanischen Kurven, befindet sich dort eine andere graphisch wiedergegebene amerikanische Erhebung über den „Einfluß der Werbetätigkeit in

Zeitschriften auf die Umsatzentwicklung im Konjunkturverlauf". Die Kurven zeigen den Einfluß der Werbetätigkeit auf die Umsatzentwicklung von Firmen verschiedener Wirtschaftsgruppen mit steigendem, mit sich vermindernden und gänzlich ohne jeden Werbeaufwand in Zeiten sinkender und ansteigender Konjunktur in der Zeit von 1920 bis 1924. Mitte 1921 ist der Tiefpunkt allgemein erreicht. Aber das Ausmaß des Abfalls ist verschieden je nach der Wirtschaftsgruppe (Produktiv- oder Konsumgüter) und je nach dem Grade der Werbetätigkeit. Es zeigt sich, daß erhöhter Werbeaufwand in Zeiten absinkender Konjunktur den Firmen der Produktivgütererzeugung verhältnismäßig wenig nützt. Ihre Umsatzkurven gehen nahezu gleichmäßig tief herunter — gleichgültig ob sie viel oder wenig Werbung treiben. Im Aufschwung dagegen erweist sich ein erheblicher Unterschied je nach der vermehrten, verminderten oder ruhenden Werbetätigkeit; die erhöhte Werbung treibenden Produktivgüterfirmen überflügeln die andern recht erheblich. In der Depression scheint also bei der Produktivgütererzeugung die Werbetätigkeit weniger wichtig zu sein.

Ein ganz anderes Bild zeigen die hier besonders interessierenden Konsumgüterindustrien. So hat dort die u. a. aufgeführte Textilwirtschaft (Bekleidung) sogar in der Depression bei erhöhter Werbung noch eine Umsatzsteigerung zuwege bringen können. Das I. f. K. schließt die Betrachtung dieser Zusammenhänge ab mit dem Hinweis auf die Wichtigkeit der Beachtung des Konjunkturverlaufs bei der Orientierung des Werbewesens, die den Unternehmungen immer wertvolle Hinweise hinsichtlich des Zeitpunkts vermittelt, an dem die konjunkturellen Voraussetzungen für eine erhöhte oder verminderte Werbetätigkeit gegeben sind. Ein Ansetzen der Werbetätigkeit zur richtigen Zeit, vermöchte so sicher manches an Unkosten ersparen.

Auch ein Vortrag, den Dr. Theodor Bühler (damals im Statistischen Reichsamt) in der Fachgruppe „Reklameverbraucher" des Weltreklamekongresses 1929 hielt, behandelte ein Gebiet der Werbung unter dem Gesichtspunkt seines Zusammenhangs mit dem Konjunkturverlauf. Es hieß da u. a. (zit. nach T. Z. vom 15. August 1929):

> „Die Streuwirkung der Reklame, d. h. das Verhältnis zwischen Reklameaufwand und dem durch die Werbung erfaßten Personenkreis, ist zunächst zwar eine Funktion der Werbetechnik. Daneben wirkt sich aber auch die Konjunkturlage in nicht zu unterschätzender Weise auf die Reklamestreuwirkung und damit auch auf den eigentlichen Reklameerfolg aus. Die Konjunktureinflüsse kommen in verschiedener Weise zur Geltung. Einmal unterliegen die einzelnen Werbemittel, vor allem Zeitschriften und Tageszeitungen, in ihrer Verbreitung starken Konjunkturschwankungen, die ihrerseits wieder mit den konjunkturellen Veränderungen des Einkommens der Konsumenten zusammenhängen." Es folgen sodann in dem Vortrag Angaben über die bekannten Tatsachen der Konjunkturabhängigkeit der Tagespresse, worauf der Vortragende zu dem

Schluß kommt, daß „die Streuwirkung der Inserate und Beilagen sich in ähnlichem Umfang (wie die Konjunktur der Presse) verändert. Es wird also, um eine konstante Streuwirkung zu erzielen, notwendig sein, bei abgleitender Konjunktur eine zusätzliche Werbung einzusetzen, sei es durch eine Erweiterung der Inseratenbasis selbst oder durch Zuhilfenahme anderer Werbemittel (Plakat, Werbebrief usw.)".

Der Vortrag schließt mit dem Hinweis auf die Nützlichkeit eines Zusammenarbeitens von Werbefachmann und Konjunkturbeobachtung.

Den obigen Ausschnitten läßt sich entnehmen, daß (allerdings nur nach einer amerikanischen Quelle) die Kurven des Umsatzes und der Werbetätigkeit in der Regel recht eng zusammenzulaufen pflegen. Der Grund für diese Übereinstimmung ist zweifellos darin zu suchen, daß der Werbeetat der Unternehmungen an den Umsatz gekoppelt wird. Dieser Zusammenhang zwischen Umsatz und Werbeetat ist auch bei deutschen Unternehmen das übliche. Er ergibt sich aus einer zunächst für den Unternehmer naheliegenden und begreiflichen Folgerung. Man sagt sich hier — ist der Umsatz gut, befindet sich der Wirtschaftszweig in einer guten Konjunktur, so kann aus dem Gewinn ein Teil für die Werbung abgeschrieben werden. Dieser Teil wird um so größer sein, je höher der Gewinn ist. Er wird nahezu verschwinden, wenn der Gewinn zurückgeht, also im Abschwung und der Depression. Aus einer so angestellten Überlegung spricht jedoch eine Auffassung, die Werbung etwa mit einer kostspieligen Liebhaberei zu vergleichen scheint. Das kann nicht richtig sein. Schon aus dem Grunde nicht, wenn man den Umfang dessen bedenkt, was unter Werbung zu verstehen ist. Begreift er doch in sich jede Art der privat- und staatswirtschaftlichen Werbung, der Gemeinschaftswerbung ganzer Industrien und sogar ganzer Länder. Ebenso vielfältig ist die Zahl der Werbeträger und Werbemittel, die die noch immer an erster Stelle stehende Zeitungs- (Anzeigen-) werbung, die Plakat-, Brief-, Verkehrswerbung usw. umfaßt. Industrie, Landwirtschaft, Groß- und Einzelhandel bedienen sich ihrer. Wie und wo geworben wird, ist zumal in den letzten 20 Jahren eingehend untersucht worden, und die Methoden des Wie und Wo haben sich zu einer Kunst ausgebildet, die aus der Behandlung der Fragen nach der Werbewirkung, der Werbetechnik und dem Werbewesen einen Hilfswissenschaftszweig gemacht, der in die Soziologie, die Betriebswirtschaftslehre und die Statistik ebenso hineinreicht wie in die Psychologie. Erich S c h ä f e r weist zu Beginn eines Aufsatzes über die „Grundfragen einer Wirtschaftslehre der Reklame" besonders darauf hin, daß zwar die Reklame betrachtet wurde in einer Unzahl von Schriften im Hinblick auf ihre Technik, ihre Graphik, ihre Ästhetik und ihre Psychologie, daß aber Untersuchungen des Phänomens Reklame auf seine wirtschaftlichen Auswirkungen so gut wie völlig fehlen. (E. Schäfer, „Grundfragen einer Wirtschaftslehre der Reklame", Festschrift für Eugen Schmalenbach, Leipzig 1933, S. 193 ff.).

Eine Vielzahl von Werbemöglichkeiten steht dem Werbungstreibenden zur Verfügung. Der häufigste Weg zu ihrem Gebrauch kann durch seine Starrheit sinnlos werden: die unbedingte Verbindung von Umsatz und Werbung. Diese Verkopplung hieße von der Werbung mehr verlangen, als sie zu leisten vermag. Werbung soll übereinstimmender Meinung nach umsatzfördernd wirken. Eine gute Konjunktur fördert den Umsatz ohnehin. Aufgabe der Werbung wäre es mehr, den Konsum zu lenken. Statt dessen soll übergroße Werbetätigkeit gewöhnlich in guter Konjunktur einen schon geförderten und oft zur größtmöglichen Ausdehnung gebrachten Umsatz noch weiter fördern. Diese Anstrengungen können folgerichtig dem Erfolg nur selten entsprechen, ja durch Überbeschäftigung schließlich sogar progressive Kosten verursachen, wie Eugen Schmalenbach nachgewiesen hat. Anders in Zeiten der Depression oder des langsam beginnenden Anstiegs, in denen der Umsatz niedrig ist. Durch Vergleiche mit den Vorjahren ist eine ungünstige Konjunkturlage wohl festzustellen. Eine jetzt (evtl. verstärkt) einsetzende Werbetätigkeit kann zwar vielleicht die effektive Aufnahmefähigkeit des Marktes nicht erhöhen, aber sie vermag sehr wohl die geringe Nachfrage auf das durch verstärkte Werbung gestützte Angebot zu konzentrieren und sie zu hindern, sich auf alle vorhandenen Angebote zu verteilen. Ferner darf auch die Möglichkeit einer gewissen Auslösung ruhender Kaufkraft in Betracht gezogen werden.

Diese Möglichkeit zu einer Art privatwirtschaftlicher Konjunkturpolitik ist bisher nur ganz selten gewagt worden, obwohl eine zur richtigen Zeit einsetzende Werbung sogar imstande sein kann, einzelne Unternehmen aus der allgemeinen Abwärtsbewegung ihrer Branche auszugliedern. Wagemanns oben wiedergegebene Untersuchung des Zusammenhangs von Wirtschaftsbewegung und Werbetätigkeit bringt als treffendes Beispiel hierfür eine Kurve aus der Textilwirtschaft, die sich dem allgemein abwärtsgerichteten Konjunkturverlauf durch verstärkte Werbung widersetzen und eine Umsatzsteigerung zuwege bringen konnte. Ein solcher Erfolg steigender Werbetätigkeit darf nicht verallgemeinert werden. Bezeichnend ist, wie sich gerade die Bekleidungsindustrie auf diese Weise ausgliedern konnte. Es beweist das wieder einen ständig latenten Bedarf an Kleidung und eine Elastizität dieses Gutes, die wohl kaum von einem anderen erreicht werden kann. Eine Verallgemeinerung dieses Werbungserfolges auf andere Wirtschaftszweige ist also ziemlich abwegig, wenn auch immerhin die Möglichkeit einer recht weitgehenden Konjunkturbeeinflussung als allgemeingültig (wenigstens für Konsumgüter) angesehen werden dürfte. Für die Saisonschwankungen gilt diese These unbestritten (vgl. auch unten).

Ein in Zeiten sinkender Konjunktur eine gewisse Werbetätigkeit durchhaltendes Unternehmen hat zunächst einmal nach der Depression einen vorteilhafteren Ansatzpunkt, da ja seine Umsatzkurve nicht so tief gefallen ist, wie es bei verminderter oder

ruhender Werbung dem Ausmaß der ganzen Depression entsprechend zu erwarten gewesen wäre. Sodann wird einem solchen Unternehmen der ganze Nutzen der aufsteigenden Konjunktur zuteil. Denn sein Weg vom Tiefpunkt zum Höchstpunkt der Kurve wird zeitlich sehr viel kürzer sein und eine größere Höhe erreichen, als der eines Unternehmens, das sich durch eine beginnende Krise zum automatischen Einstellen jeder Werbetätigkeit bewogen fühlt, und beim zweiten Fallen der Kurve nach dem Aufstieg gerade erst wieder seinen Ausgangspunkt erlangt hat.

Alle derartigen Erwägungen haben manches für sich, wenn sie auch heute noch im großen „rein theoretisch" zu sein scheinen, wie Fritz Redlich in einer knappen Schrift über „Reklame und Wechsellagenkreislauf" bemerkt. (Fritz Redlich, „Reklame und Wechsellagenkreislauf", Schmollers Jahrb. 1935, 59. Jhrg., 1. Heft, S. 47). Redlich unterzieht in seiner Arbeit die bisherigen Untersuchungen einer Kritik, die darauf hinzielt, Grundsätzliches über die Inbeziehungsetzung von Reklame und Konjunktur festzulegen (z. B. die Notwendigkeit einer weitgehenden Aufteilung der Anzeigenarten in den Zeitungen und die besondere Heraushebung der reinen Reklameanzeigen). Im übrigen bestätigt auch er die obigen Ergebnisse im großen Ganzen trotz gewisser Einschränkungen. Der Aufsatz ist jedoch — bringt er auch bewußt nichts sachlich Neues — besonders wegen seiner kritischen Einstellung und seiner reichlichen Literaturangaben wertvoll. Hier ist fast das gesamte neuere Schrifttum über das Gebiet aufgeführt. Durchweg führen jedoch die lediglich die Tagespresse behandelnden Untersuchungen zu dem erwähnten „Werbung-Umsatzparallelismu". So sagt Albrecht Blau („Der Inseratenmarkt der deutschen Tageszeitungen" Berlin 1932, S. 156):

> „Unsere Untersuchungen ergeben, daß die eingangs erwähnten Vermutungen, die eine gegenläufige Bewegung von Inseratenmarkt und Konjunkturverlauf annahmen, in der Wirklichkeit keine Bestätigung finden. Es ist unzweideutig erkennbar, daß zwischen dem allgemeinen Konjunkturverlauf und den Bewegungen auf dem Inseratenmarkt im allgemeinen eine starke Übereinstimmung besteht."

Blau hatte die abgedruckten Anzeigen (ihrem Charakter als Reklame-, Grundstücks-, Familienanzeigen usw. nach aufgeteilt) von verschiedenen Tageszeitungen ausgezählt und über den Zeitraum von fünf Jahren (1925—1929) mit der Beschäftigung, Eisenproduktion, Insolvenzen und der allgemeinen Produktion verglichen. Er kommt gleichfalls zu der Forderung einer Werbung zur rechten Zeit unter Beachtung der Konjunkturbewegungen.

Es fragt sich nun, wie weit die eingangs geschilderten Verhältnisse der Werbung im Konjunkturverlauf für die Textilfachpresse Geltung haben. Alle oben zusammengestellten Untersuchungen beziehen sich auf die allgemeinen Zeitungen und Zeitschriften. Bei einem neu zu bearbeitenden Gebiet ist dieser Weg vom Allgemeinen zum Einzelnen verständlich, zumal die beste-

henden Unterschiede von Fachpresse und allgemeiner Presse nicht als so erheblich angesehen werden, daß sie sich in konjunktureller Hinsicht gesondert bemerkbar machen. Wie jedoch in dem Abschnitt über die Existenzgrundlagen und die Konjunkturabhängigkeit der Fachpresse betont wurde, bestehen sehr wohl erhebliche Unterschiede, die sich aus der Art der Aufgaben der Fachpresse ableiten. Die meisten Inseratenarten, die den allgemeinen Zeitungen recht bedeutende Einnahmen bringen, fallen bei der Fachpresse fort. Bei den 12 Zeitungen, die Albrecht Blau (a. a. O., S. 184 ff.) untersucht hat, entfallen auf die Gruppe: Kleine und sonstige Anzeigen allein bis 70%, Familienanzeigen 1—4% und die leider nicht besonders ausgegliederten Vergnügungsanzeigen werden auch einen erheblichen Anteil in ihrer Sparte Geschäfts-, Groß- und Vergnügungsanzeigen einnehmen. Alle diese Anzeigen kommen in der Fachpresse fast garnicht vor. Auch amtliche Anzeigen, die durch ihr ziemlich gleichmäßiges (bezahltes) Erscheinen der allgemeinen Zeitung recht nützlich sind, fehlen in der Fachpresse so gut wie gänzlich. Sie stellen bei Blau mit 1—2% der Gesamtanzeigen ebenfalls eine nicht zu unterschätzende Einnahme dar. Diese Anzeigen haben — abgesehen wohl von den amtlichen — offenbar sehr erhebliche jahreszeitliche (z. B. Vergnügungsanzeigen) und auch natürlich konjunkturelle Schwankungen. Von dieser Seite her ist also ein Vergleich oder eine Schlußfolgerung auf die Fachpresse nicht gut angängig.

Wie bereits in der Einleitung bemerkt, kennt die hier betrachtete Textilfachpresse nur Anzeigen zur Wirtschaftswerbung und in recht geringer Zahl Gelegenheitsanzeigen (Stellengesuche und -angebote, Verkäufe von Maschinen und Gebäuden, Bilanzveröffentlichungen). Sie wurden, da sie das Gesamtbild nicht wesentlich zu verschieben vermögen, auch nicht ausgegliedert. Damit dürfte auch der berechtigte Vorwurf, den Fritz Redlich in dem oben erwähnten kritischen Aufsatz den bisherigen Veröffentlichungen dieser Art macht, für diesen Fall gegenstandslos werden. Redlich sagt (a. a. O., S. 56 ff.):

> „Unter allen Umständen zeigt das deutsche ebenso wie das amerikanische Material, daß sich für eine Konjunkturbeobachtung bzw. für eine Inbeziehungsetzung mit dem allgemeinen Konjunkturablauf der Anzeigenraum in Zeitungen schlechthin nicht eignet, vielmehr nur d e r Anzeigenraum, der für Reklame oder anders gesehen: für gewerbliche Inserate in Anspruch genommen wird. (Verkauf von Waren und Dienstleisungen)."

Dies ist bei der Fachpresse und speziell bei der hier untersuchten Textilfachpresse in äußerst reiner Form der Fall. Ihre fast ausschließlich „gewerblichen Inserate" können also wohl mit Berechtigung ebenso gegen die allgemeine Konjunktur wie gegen die Textilkonjunktur gestellt werden. Jedoch ergeben sich gerade aus dieser Isolierung für die Textilfachpresse (als einer e i n e m Wirtschaftszweige in der Volkswirtschaft dienenden Presse) besondere Folgerungen.

Es hängen hier im Gegensatz zur allgemeinen Presse außerwirtschaftliche mit rein ökonomischen Momenten eng zusammen. Die Textilfachpresse als Institution ist ihrem Wirtschaftszweige aus erklärlichen Gründen unentbehrlich. Diese Unentbehrlichkeit beruht auf zwei Hauptursachen, die im einzelnen bereits in den vorigen Abschnitten geschildert wurden. Es sind dies: die Textilwirtschaft braucht fortlaufend sachkundige Spezialinformationen über ihr gesamtes ausgedehntes Gebiet. Diese Aufgabe kann nur eine „Spezialpresse" befriedigend erfüllen. Sodann benötigen in der Textilwirtschaft die Textilindustrie und der Großhandel einen Träger für ihre Fachwerbung. Auch hier ist — bei dem abgegrenzten Interessentenkreis — eine Presse, die auf eben diese bestimmte Personengruppe zugeschnitten ist, das vorzüglich Gegebene. Setzt man diese Zusammenhänge voraus, so könnte man daraus eine Art von Gegenseitigkeitsverhältnis ableiten, das neben den wirtschaftlichen Notwendigkeiten gewisse Gemeinschaftserwägungen nicht außer Acht läßt. Das soll heißen: so wie sich die Textilfachpresse ihrer Verantwortung gegenüber dem Wirtschaftszweig, dem sie dient, bewußt ist, so hat auch die Textilwirtschaft als der wirtschaftlich stärkere Teil eine Verpflichtung aus der Gemeinschaft. (Das soll und braucht auch durchaus nicht zu einer der Sauberkeit der Presse abträglichen Subventionsbereitschaft der Textilwirtschaft zu führen.) Es handelt sich hier um einen aus dem politischen Leben in die Wirtschaft zu überführenden Gedanken einer Art Kameradschaft einer dem gleichen Teil der nationalen Wirtschaft dienenden Korporation, der heute allenthalben zum Wohle des Ganzen im Werden ist. In der Tat haben sich derartige Überlegungen auch schon ganz vereinzelt ausgewirkt. Denn es ist eben von anerkanntem Nutzen für die Gesamtheit, wenn das Wertvolle auf langen Erfahrungen (allein die hier behandelten Textilfachblätter bestehen überwiegend seit mehr als 50 Jahren) aufgebaute Instrument der Textilfachpresse erhalten bleibt bzw. auch in einer ungünstigen Konjunktur leistungsfähig zu bleiben vermag. Eine solche Auffassung entspräche ebenso einer gemeinschaftsbewußten (oder bei S p a n n : „universalistischen") Wirtschaftsgesinnung, wie reinen Nützlichkeitserwägungen.

Die Nützlichkeitserwägungen gehen einmal parallel mit der oben geschilderten Unentbehrlichkeit des Instruments der Textilfachpresse überhaupt. Sodann sind die theoretischen Betrachtungen und die Ergebnisse der verschiedenen deutschen und amerikanischen Untersuchungen über eine gegen die Saison- und Konjunkturschwankungen gerichtete Werbung auch für die Textilwirtschaft von Bedeutung. Gerade für die Saisonschwankungen würden die Überlegungen über eine „reine Theorie" hinausgehen können. Über diese Schwankungen macht W a g e m a n n in dem Zusammenhang die folgenden Ausführungen („Die Lage der verarbeitenden Industrie im Lichte der Leipziger Frühjahrsmesse 1929"; Berlin 1929, S. 35):

„Eine Wirtschaftsbewegung, die vielfach eine volkswirtschaftlich ganz unrationelle Intensität erreicht, könnte durch eine geeignete Werbetätigkeit wesentlich gemildert werden: das sind die Saisonschwankungen, wie sie z. B. der Textileinzelhandel in sehr hohem Grad aufweist. Die Unkosten, die aus diesen Schwankungen erwachsen, treten deutlich zutage, wenn man die Gesamtumsätze gleichmäßig über das ganze Jahr verteilt denkt. Gegenüber diesen durchschnittlichen Umsätzen schlagen die Saisonschwankungen etwa 20 v. H. nach oben und 20 v. H. nach unten aus; würden sie fortfallen, so würden sich die fixen Kosten um 20 v. H. ermäßigen lassen. Da die fixen Kosten etwa 60 v. H. der Gesamtkosten ausmachen, so würden damit 12 v. H. der Gesamtunkosten erspart werden. Im Textileinzelhandel machen die Gesamtunkosten etwa rd. 25 v. H. des Gesamtumsatzes aus. Bei Ausgleich der Saisonschwankungen könnten also die Unkostensätze um rd. 3 v. H. des Gesamtabsatzes heruntergehen. Da nun der Gesamtabsatz im Textileinzelhandel etwa 8 Milliarden RM ausmacht, so ergäbe dies eine Ersparnis von rd. 1/4 Milliarde RM."

Wagemann schließt die Betrachtung ab mit dem Bemerken, daß hier die Werbetätigkeit eine hohe wirtschaftliche Aufgabe zu erfüllen habe. Das Zitat betrifft den Einzelhandel. Beachtet muß hier aber werden, was im Verlaufe der Arbeit an verschiedenen Stellen erwähnt wurde: die Verschiebung des Lagerrisikos vom Einzelhandel auf Großhandel und Industrie seit etwa 1928, welche letztere mehr als vordem vom letzten Verbraucher abhängig machte. Wagemanns Darlegung kann also dem Grundgedanken nach recht wohl auf die hier in Betracht kommenden Verhältnisse übertragen werden.

Was die tatsächlichen Konjunkturbewegungen angeht, so sind Überlegungen betreffend eine gegen sie gerichtete Werbung zur Zeit noch keineswegs Allgemeingut. Sie sind wünschenswert, aber eben einstweilen „rein theoretisch" (Redlich, a. a. O., S. 47), wenn auch eine großzügige Aktivierung solcher Bestrebungen in gewissem Ausmaß eine Konjunkturpolitik der Privatwirtschaft wirksam machen könnte. Das gilt in erhöhtem Maße für die Textilwirtschaft, die bekanntlich außerordentlich konjunkturempfindlich ist. Bei der Neigung ihrer Kurve zu raschem Absinken bei sich verminderndem Einkommen oder sonstigen Ursachen wäre schon eine maßvolle Werbung gegen die Konjunktur sicherlich von dem erheblichen Nutzen, der einem Konjunkturausgleich zugeschrieben wird. Bezieht man die Textilfachpresse hier mit ein, so ergäben sich auch für sie — durch ihre Verbundenheit mit der Textilwirtschaft — aus einer solchen Konjunkturpolitik mittels Werbung Vorteile, die wieder rückwirkend der Textilwirtschaft zugute kommen würden.

Setzt man drei verschieden mögliche Stärkegrade der Werbetätigkeit in verschiedenen Konjunkturlagen voraus, so ergäbe sich unter Berücksichtigung der oben angestellten Überlegungen und der auf den Vorseiten dargelegten praktischen und theoretischen Untersuchungen etwa das nachstehend wiedergegebene Schema.

Die möglichen Auswirkungen in konjunktureller und wirtschaftlicher Hinsicht bei verschiedenem Verhalten des Werbungtreibenden im Konjunkturverlauf für Textilwirtschaft und Textilfachpresse soll aufzuzeigen versucht werden. Die Textilfachpresse ist aus der oben angestellten Betrachtung ihrer korporativen Zusammengehörigkeit mit der Textilwirtschaft und deren jeweiliger Lage zweckmäßig mit in eine Zusammenstellung aufzunehmen, welche die (angenommenen) Wirkungen einer gewissen Konjunkturpolitik des Wirtschaftszweigs, dem sie zugehört, anschaulich zu machen versucht. Wie die Dinge in der jüngst vergangenen Zeit von 1926 bis 1934 lagen, soll im nächsten Abschnitt der Arbeit betrachtet werden.

1. Rege (verstärkte)
2. mäßige
3. ruhende

Werbetätigkeit im Konjunkturverlauf und ihre Wirkung auf Unternehmen aus der Textilwirtschaft (TW; Textilindustrie, Textilgroßhdl.) und Textilfachpresse (TFP).

1. 2. 3. Werbung in

A schlechter Konjunktur (Abfall, Depression)
wirkt auf

— TW —	— TFP —
1. Verhindert zu tiefgehenden Abfall mit seinen evtl. strukturellen Schädigungen; somit Ersparnis fixer Kosten durch kleineren Kurvenausschlag nach unten und späteren kürzerem Aufstieg. Evtl. sogar Umsatzsteigerung, (Ausgliederung aus der Abwärtsbewegung).	1. Die TFP ist für die TW in Abfall und Depression am nötigsten. Rege Werbung würde daher besonders die Aufrechterhaltung des ausgedehnten Apparats der TFP und qualitative Mehrleistung ermöglichen.
2. In längerer Depression gegeben, da sie ein gewisses Umsatzniveau zu halten vermag und späteren Aufschwung zeitlich kürzer aber ausgiebiger gestalten kann.	2. Genügt meist, die TFP ausreichend arbeiten zu lassen, da ihre Einnahmen aus dem Abonnement Ausfälle decken können.
3. Zweifellos schädlich. Ein Konjunkturumschwung kann nicht voll ausgenutzt werden, da mit Werbung von neuem begonnen werden muß.	3. Die TFP wird in diesem Falle allein von ihren Abonnementseinnahmen abhängig, welche bei guten Blättern zwar ausreichend und stabil sind, aber der TFP in der Depression die besonders wichtigen Mehrleistungen gewöhnlich nur in geringem Umfang gestatten.

1. Rege (verstärkte) 2. mäßige 3. ruhende	Werbetätigkeit im Konjunkturverlauf und ihre Wirkung auf Unternehmen aus der Textilwirtschaft (TW; Textilindustrie, Textilgroßhdl.) und Textilfachpresse (TFP).

1. 2. 3. Werbung in

B guter Konjunktur (Anstieg, Hochspannung)
wirkt auf

— TW —	— TFP —
1. Überflüssig, da progressive Kosten bei Überschreiten der Produktionskapazität möglich. Besser: Abtrennung des Werbeetats vom Umsatz und Gutschrift eines Gewinnteils für spätere Werbung.	1. Vergrößerung der Leistungsfähigkeit der TFP; ermöglicht Rücklagen für späteren Umschwung.
2. Ermöglicht gute Regulierung des Umsatzes, da stets ohne Vorarbeit Steigerung der Werbetätigkeit erreicht werden kann.	2. Genügt gemeinsam mit den Abonnementseinnahmen zur Erfüllung der Aufgaben der TFP.
3. Schädlich. Eine Erinnerungswerbung muß sein, um Vorarbeit zu ersparen, falls durch Umschwung verstärkte Werbung nötig wird.	3. Ruhende Werbung in Anstieg und Hochspannung würde die TFP weitgehend schädigen, falls jede Werbetätigkeit auf die Dauer ausbliebe.

VI. Betrachtung der Wirtschaftbewegungen.

1. Bewegungsarten.

Die vorliegenden Kurven geben die Bewegungen der Textilproduktion, der Baumwollproduktion und der Menge der in fünf Textilfachblättern ausgeführten Inserate in dem angegebenen Zeitraum wieder. Die Produktionsindizes stammen aus Erhebungen des Instituts für Konjunkturforschung. Der Index der Textilfachpresse (TFP) wurde vom Verfasser auf dem Wege über die Auszählung der in den fünf Organen erschienenen Inseratenseiten gewonnen. Alle drei Indizes sind gleich basiert (1928 = 100). Sie enthalten noch alle Bewegungen, die im Wirtschaftsverlauf aufzutreten pflegen. Das hat den Nachteil, daß ein reines Abbild der konjunkturellen Bewegungen nicht klar heraustritt. Den hier beabsichtigten Zweck jedoch, die Abhängigkeit der Inseratenbewegungen von den Bewegungen der Textil-(Baumwoll-)industrie auch in Einzelheiten deutlich werden zu lassen, erfüllt nur eine Wiedergabe des rohen, unbearbeiteten Verlaufs.

Vier grundsätzliche Bewegungsarten werden bei der Betrachtung der Kurven mehr oder weniger deutlich. Sie unterscheiden sich in der Größe, der zeitlichen Aufeinanderfolge und der Re-

gelmäßigkeit ihrer Ausschläge; ferner enthalten sie einige wenige große Richtungstendenzen. Es lassen sich erkennen:

1. Eine Bewegungsfolge, die sich über eine längere Zeit erstreckt — die Konjunktur (gewöhnlich einige Jahre „Konjunkturzyklus"; in der Zeit nach dem Kriege hat sich jedoch die Tendenz zur Verkürzung auf eine zuweilen nur 1—2jährige Zyklendauer gebildet).

Die Konjunktur trägt in sich zwei Arten kurzfristiger Bewegungen, die man als Saisonschwankungen und als sogen. restliche Bewegungen bezeichnet.

2. „Saisonschwankungen sind derjenige Teil der Bewegung statistischer Reihen, dem man die Tendenz zuschreibt, gewisse Jahresabschnitte gegenüber entsprechenden anderen (Vierteljahren, Monaten, Wochen oder Tagen) regelmäßig zu erhöhen oder zu senken". (V. z. K., Sonderheft 6, 1928, S. 8).

3. Die restlichen Schankungen sind in ihrem Auftreten durchaus unregelmäßig. Ihre Ursachen sind nach den Umständen außerordentlich verschieden — sie können erscheinen als Folge von Zufälligkeiten (Mißernten, Geschmacksänderungen), Wirtschaftskämpfen (Streiks), staatlichen Eingriff (Einfuhrverbote, Produktionskontingentierungen u. a.).

4. Als vierte Bewegungsart ist in den Kurven jeweils eine große Bewegungsrichtung erkennbar — der Trend. „Als Trend bezeichnet man den großen allgemeinen Zug einer Wirtschaftskurve ohne Rücksicht auf vorübergehende Schwankungen". (V. z. K. Sonderheft 9, 1928, S. 7). Der Trend soll „einen Ausdruck für die große Linie in der Bewegung einer Reihe geben, die bestehen würde, wenn statt des sprungförmigen, konjunkturell genannten, Fortschreitens, sich ein ausgeglichener allmählicher Entwicklungsprozeß vollzöge" (V. z. K. 1928, Sonderheft 6, S. 6 ff.).

Für Zeiträume, die in der Regel den hier zu betrachtenden Abschnitt von zehn Jahren erheblich übersteigen, kann noch eine Bewegungsbezeichnung erwähnt werden, deren Wesen eine grundlegende Veränderung einer Volkswirtschaft oder auch eines einzelnen Wirtschaftszweiges ist. Hellmuth Wolff formuliert den Unterschied zwischen dieser Bewegung — der Struktur — und der Konjunktur in seinem Lehrbuch folgendermaßen (Hellmuth Wolff, „Lehrbuch der Konjunkturforschung", Berlin-Wien 1928, S. 53): Die Konjunktur liegt im raschen Auf und Ab der Wirtschaft, die Struktur im langsamen Aufbauen und Umbauen der Wirtschaft ... Eine totale Niveauverschiebung der Wirtschaft trägt — im Prinzip wenigstens — nicht konjunkturellen Charakter, sondern strukturellen."

Die obige Aufzählung vorhandener Bewegungsformen hat Wagemann in ein System gebracht, das die vier Bewegungen unter dem Gesichtspunkt ihrer Einmaligkeit und ihrer Periodizität aufteilt (E. Wagemann, aus „Einführung in die Konjunkturlehre" zit. in Wagemann „Narrenspiegel der Statistik", Berlin 1935, S. 123). Die Bewegungen erscheinen dann als:

„1. einmalige Veränderungen; diese sind

a) kontinuierlich (Entwicklung: Wachstum, Umbildung, Rückbildung),
b) diskontinuierlich,
aa) dauernd (Entwicklungsbruch: Verlagerung, Zusammenbruch, Abtrennung, Zuwachs usw.),
bb) vorübergehend (Unterbrechung der Entwicklung z. B. durch Streik);

2. periodische Bewegungen; diese sind
a) rhythmisch gebunden (Saisonschwankungen),
b) rhythmisch frei (Konjunktur im engeren Sinne)."

2. Allgemeine Betrachtung der Einzelreihen.

a) Die Produktionsindizes aus der Textilwirtschaft.

Der Produktionsindex der Textilindustrie umfaßt eine Anzahl von Einzelreihen, wie die Baumwoll-, Woll-, Kunstseiden-, u. a. industrie (Spinnerei und Weberei), die nach den in der Einleitung wiedergegebenen Grundsätzen der Reihenauswahl und Gewichtung auf einen gemeinsamen Index (basiert auf 1928 = 100) gebracht wurden. Diesem allgemeinen Index steht der Produktionsindex der Baumwollindustrie (Spinnerei und Weberei) zur Seite. Er soll den Bewegungsverlauf der Industrie aufzeigen, die heute noch die weitaus bedeutendste Stelle in der deutschen Textilwirtschaft inne hat. (Die auffallende Gleichförmigkeit der beiden Kurven zeigt die Bedeutung der B.-wollindustrie für die Gesamtbewegung der Textilindustrie recht deutlich.) Die Konjunkturschilderung gab die Bewegung im Einzelnen wieder. Der Kurvenverlauf unterscheidet sich prinzipiell nicht von dem anderer Wirtschaftskurven.

b) Der Index der fünf Textilfachblätter.

In der Charakteristik der behandelten Textilfachpresse wurde bereits das Wesentliche über diesen Index gesagt. Es ist ein Mengenindex ausgeführter Anzeigenseiten. Die Art der Anzeigen ist bekannt; ebenso die Gewinnung des Index (Ziffern siehe Tabelle S. 89).

Bei der Betrachtung der Kurve fällt die sprunghafte Art der Bewegung auf, die jeder Regelmäßigkeit bar zu sein scheint. Erst der Vergleich zu den Textilindizes (TW-indizes) zeigt ein gewisses Miteinander. Für sich allein betrachtet, zeigt der Textilfachpressenindex (TFP-index) alle Bewegungen, von denen am Anfang dieses Abschnitts die Rede war. Sie werden unten im Einzelnen betrachtet.

Die Ursache für eine Bewegung jedoch ist hier kurz zu erwähnen, auf die zu einem Teil die erheblichen Kurvenausschläge zurückzuführen sind.

Um die Anzeigenkunden der TFP (Werbungtreibende) zur

Werbung zu bewegen, unterhält die TFP eigene Werbeabteilungen. Diese Werbeabteilung bearbeitet die Anzeigenkunden in der werbetechnisch üblichen Weise (in der Regel individuell) durch Werbebriefe, Probenummern, Vorschläge für Werbeaktionen usw. Ein u. U. besonders wirksames Mittel, Anzeigenaufträge hereinzubekommen, ist die Sondernummer.

Hier wird eine Nummer der Zeitung einem ganz bestimmten Thema gewidmet, das im Augenblick gerade aktuell ist. In Betracht kommen etwa Messen, Ausstellungen, der jahreszeitliche Modenwechsel oder andere die Textilwirtschaft angehende Ereignisse. Der Natur der Sache gemäß erfolgt die Herausgabe einer Sondernummer in enger Zusammenarbeit von Schriftleitung, Wirtschafts- und Werbeabteilung. Die Schriftleitung sucht das gegebene Thema möglichst weitgehend und unter Herausarbeitung der die Textilwirtschaft besonders interessierenden Punkte darzustellen. Die Wirtschaftsabteilung bestimmt den richtigen Zeitpunkt für die Sondernummer. Das ist zunächst der größere äußere Anlaß — z. B. eine Messe. Dann aber haben erfahrungsgemäß gewöhnlich die Sondernummern den besten Erfolg, die herauskommen, wenn die TW-kurve nach oben umschwenkt, also bei einem konjunkturellen, aber auch nur einem jahreszeitlichen Umschwung. Dieser Punkt ist zu finden.

Nachdem der Zeitpunkt für die Sondernummer feststeht, werden die in Betracht kommenden Werbungtreibenden darauf aufmerksam gemacht und von den Vorteilen einer Anzeige gerade in dieser Nummer zu überzeugen gesucht. Die Vorteile liegen besonders darin, daß eine Sondernummer mit einem größeren und aufmerksameren Leserkreis rechnen kann, was wieder den abgedruckten Anzeigen zugute kommt. Es hat sich gezeigt, daß eine zur richtigen Zeit herausgegebene Sondernummer ein gutes Mittel der TFP ist, ihre Kurve zu stützen und an einer Aufwärtsbewegung der TW-Kurve teilzunehmen. Auch zum „Nachstoßen" der einmal in Gang gekommenen Bewegung ist die Sondernummer geeignet.

Ein Vergleich beider Kurven zeigt dieses Verhalten zum Teil auf und trägt mit zur Erklärung der verhältnismäßig plötzlichen und auch größeren Aufwärtsbewegungen des TFP-Index an den Wendepunkten der TW-Kurve bei. Allein kann die Sondernummer natürlich nicht die Bewegungen hervorrufen — sie ist an gewisse größere Zeitabstände gebunden, wenn sie ihre Wirkungen nicht verlieren soll. Aber es läßt sich hier wiederum erkennen, daß die TFP-Kurve von zwei Komponenten geformt wird: der freien Werbetätigkeit der TW und der Werbearbeit der TFP selbst. Den Verlauf der TW-Indizes und des TFP-Index geben die Kurven II und III wieder.

c) Die Umsatzbewegung des Textileinzelhandels.

Die Umsatzkurve des Textileinzelhandels ist sehr starken Saisonschwankungen unterworfen. Die Höhepunkte liegen an der

Jahreswende (Weihnachtsgeschäft), dem Beginn der Jahreszeiten und an durch Sonderanstrengungen oder Feiertage bestimmten Zwischendaten (Saison-, Inventurausverkäufe; Ostern, Pfingsten, Konfirmationen). Durch die geschilderte Umstellung der Lagerpolitik des Einzelhandels hat seine Umsatzkurve auch auf die Beschäftigung der Textilindustrie einen gewissen Einfluß genommen. Der Einzelhandelsumsatz stellt die letzte Etappe auf dem Wege des Produkts dar; der Konsument bestimmt seinen Umfang. Zwischen den Vorgängen des Umsatzes und dem Einkauf des Einzelhändlers liegt das Lager.

d) Die Lagerhaltung des Einzelhandels.

Auf die Bedeutung des Einzelhandelslagers im Konjunkturverlauf wurde bereits hingewiesen. Rückgänge in den Einkommens- und Verbrauchsverhältnissen einerseits und Verschiebungen des Preisniveaus in der Produktionssphäre andererseits machen sich alsbald in gleichfalls veränderten Lagerdispositionen des Einzelhandels bemerkbar. So bestellt der Einzelhandel auf Lager spekulativ bei steigenden Preisen — er drosselt den Einkauf in der Baisse. In Zeiten ungewisser oder sinkender Preise bestellt der Einzelhandel „von der Hand in den Mund". Das hat für die Industrie zweierlei Nachteile: sie ist nicht kontinuierlich für die Lager, sondern nach dem Einzelhandelsumsatz mit seinen starken jahreszeitlichen Schwankungen beschäftigt; sodann muß sie ihre Produktion außerordentlich wandlungsfähig gestalten, d. h. der Einfluß der Mode wirkt unmittelbarer als gewöhnlich auf die Industrie, was u. a. eine ständig neue Musterung der Produkte erforderlich macht, deren Kosten bei den lediglich bestellten verhältnismäßig geringen Mengen zu hoch sind.

Die größere oder kleinere Lagerhaltung des Einzelhandels hat also auf die Beschäftigung der Industrie und damit auf ihre Bewegung im Konjunkturverlauf recht erheblichen Einfluß. Zum Vergleich und zur Feststellung dieser Beziehungen wurden darum die Bewegungen des Umsatzes und der Lagerhaltung des Textileinzelhandels (ermittelt vom I. f. K.) beigegeben (Kurve IV).

e) Preisindizes für Textilien.

Auf die Bedeutung der Preisbewegungen in der Textilwirtschaft mit ihrem Einfluß auf die Einkaufs- und Lagerdispositionen des Einzelhandels und damit auf die Bewegung der Textilindustrie wurde oben hingewiesen. Zum Vergleich und zur Veranschaulichung des Gesagten dürfte darum eine Wiedergabe einiger Preisindizes für Textilwaren in der Produktionssphäre zweckmäßig sein (Kurve IV).

3. Betrachtung der Bewegungen.

Die Betrachtung der Bewegungen wird zweckmäßig nach folgendem Plan vorgenommen.

A. Die Einzelbewegung

1. Saisonschwankungen
   a) der TFP
   b) der TW
2. Die Konjunktur im engeren Sinne
   a) der TFP
   b) der TW
3. Einmalige Veränderungen
   a) bei der TFP
   b) bei der TW

B. Die Bewegungsverflechtung (Korrelation) Gleichbewegung, Folgebewegung, Gegenbewegung der TFP- u. TW-Kurven.

A 1a) Bei der Aufstellung eines vertikalen graphischen Vergleichs der TFP-Kurve (s. Kurve I) finden sich gewisse charakteristische wiederkehrende Bewegungen im Jahresverlauf. Diese Bewegungen sind einmal nicht ausgeprägt genug, um aus ihnen eine (starre oder bewegliche) Saisonnormale zu ermitteln, die bekanntlich das Mittel darstellt zur Ausschaltung von Saisonschwankungen. Eine solche Ausschaltung wäre aber für das erstrebte Ziel (die Darstellung der unmittelbaren Beziehungen zwischen TFP und TW) nicht zweckmäßig. Immerhin sind jahreszeitlich wiederkehrende Ausschläge vorhanden, deren Wiederkehr also eine größere oder geringere Werbetätigkeit der TW in der TFP anzeigt. Diese Werbetätigkeit findet zum großen Teil ihren Grund in den bei der Textilwirtschaft recht markanten Saisoneinflüssen, die das Geschäft aufziemlich regelmäßige Abstände verteilen. Die wiederkehrenden Zeitabschnitte werden durch verstärkt einsetzende Werbung vorbereitet; in der dazwischenliegenden Zeit hält die Werbetätigkeit zurück. (Zu beachten ist, daß die hier wiedergegebene TFP-Kurve nur Anzeigen der Produktionssphäre enthält.)

Es finden sich Spitzen der Werbungskurve der TFP im Frühjahr (Januar 1929; Februar 1926, 1928, 1930, 1931; März 1932, 1933, 1934) zur Vorbereitung und Einleitung des Frühjahrs- und Sommergeschäfts. Ferner ist eine regelmäßige Spitze im Herbst festzustellen — Vorbereitung des Jahresendgeschäfts der Industrie bereits im August.

Die Zwischenräume sind frei von besonderer Werbetätigkeit — Erinnerungswerbung überwiegt. Die dennoch vorhandenen Spitzen gründen sich auf gelegentliche Sonderanstrengungen (Sondernummern der TFP, und auch Werbung der TW gegen die Bewegung, sowie auch Werbung für Zwischensaisonartikel). Sehr heftig in allen Jahren ist die Senkung im Juli, der zwischen den Jahreszeiten liegt. Interessant ist hier ferner noch, wie sich die Wandlung der Lagerpolitik des Einzelhandels in ihren Auswirkungen auf die Werbetätigkeit von Industrie und Großhandel von 1928 ab bemerkbar macht. Von diesem Jahre ab werden ihre

Saisonschwankungen denen des Einzelhandels recht ähnlich — die stille Saison von Großhandel, Industrie und Einzelhandel treffen zusammen, da nicht mehr in dem Maße für die Lager produziert wird. Die Werbung in der Produktionssphäre paßt sich diesen Verhältnissen an.

A 1b) Die vertikale graphische Aufstellung des Index der Textilproduktion (s. Kurve I) erläutert im wesentlichen die in A 1a) geschilderten Verhältnisse. Sie zeigt ebenfalls Saisonbewegungen an. Etwa von 1928 ab sind diese mehr umsatzbetont. Diese Umstellung spiegelt sich in einer größer werdenden Beweglichkeit der Kurve. Die Produktion vor 1928 ist stetiger, da ihr vorwiegend Lagerbestellungen zugrunde liegen. Erst ungefähr nach 1932 beginnt mit der Preissenkung und mit der qualitativen Veränderung (Mengenkonjunktur) auch wieder eine zunehmende Produktionsstetigkeit, die damit auch Saisonbewegungen in der Produktion deutlicher werden läßt. Allerdings verdeckt der Konjunkturverlauf verschiedentlich die Saisonschwankungen (1926, 1934). Erkennbar ist eine ziemlich regelmäßige Senkung der Produktionskurve zur Jahresmitte und zum Jahresende, sowie eine gewisse Steigerung im Frühjahr und Herbst.

A 2a) Als Grundlage einer Betrachtung der Konjunkturbewegung des TFP-Index ist es zweckmäßig, einen geglätteten Index zu nehmen, der zwar alle Bewegungen enthält, sie aber in abgeschwächter Form wiedergibt. Das wurde erreicht durch einen sogen. gleitenden Dreimonatsdurchschnitt, der durch eine fortlaufende Errechnung des Durchschnitts von jeweils drei Monatsziffern des Ursprungsindex ermittelt wird. Sein Verlauf ist nicht mehr in dem Maße sprunghaft wie der der Ursprungszahlen. Aus ihm läßt sich — unter Berücksichtigung der Saisonbewegungen — der Konjunkturverlauf ausreichend feststellen. Bei der Betrachtung der Kurve III sind etwa (die Senkungen zur Jahresmitte haben Saisoncharakter) drei große Bewegungen festzustellen, die sich jeweils durch gewisse Abstufungen kennzeichnen. Die erste umfaßt die Jahre 1926 und 1927; die zweite läßt sich etwa für die Jahre 1928 und 1929 ablesen, während eine dritte geschlossene Bewegung ungefähr von 1930 bis 1934 zu verlaufen scheint. Als normale Konjunkturzyklen mit deutlicher Phasenfolge sind aber alle drei nicht anzusprechen. Vielmehr geben sie im ganzen eher das Bild eines stetigen strukturellen Abstiegs wieder, der in sich zwar gewisse Hebungen und Senkungen auch konjunktureller Art enthält, die sie jedoch — durch seine Abwärtsbewegung — nicht klar heraustreten läßt.

Berücksichtigt man diese Erscheinung, so ist für die erste Bewegungsfolge etwa der Abstieg für Anfang bis Mitte 1926, der Aufschwung von Mitte 1926 bis Anfang 1927, und ein neuer Abstieg nach dem ersten Vierteljahr 1927 anzusetzen, der bis zum Ende dieses Jahres geht. (Er enthält eine starke Saisonbewegung — Juli, September.)

Gleich undeutlich ist die Konjunkturbewegung des zweiten Abschnitts. Trend und Saisonbewegungen lassen sie nicht erkennbar werden. Die Tiefpunkte fallen etwa mit den Jahresmitten 1928 und 1929 zusammen; der Kulminationspunkt (Jahreswende 1928/29) liegt erheblich unter den Höhen der vergangenen Zeit.

Der dritte Abschnitt (ab 1930) zeigt lediglich eine anfangs schnellere, später langsamer werdende, aber durchweg vorhandene Abwärtsbewegung bis Mitte 1932, dem Tiefpunkt der Depression in Deutschland. Von da ab verläuft die Bewegung mit schwachem Steigen und Fallen bis etwa zur Mitte 1934 ausgeglichen horizontal, um darauf die Senkung fortzusetzen, deren Ende nicht abzusehen ist.

Es ist nicht zu bestreiten, daß diese Dreiteilung der TFP-Kurve etwas willkürlich ist, wenn sie sich auch ablesen läßt. Es bleibt die Frage offen, ob es sich wirklich um konjunkturelle Bewegungen handelt. Es ließe sich auch der Standpunkt vertreten, daß der gesamte Zeitraum von 1926 bis 1934 lediglich der Teil einer großen Bewegung ist, in der die Jahre 1928/29 den Wendepunkt zum Abschwung enthalten, der 1934 einen einstweiligen Tiefpunkt erreicht hat. Würde danach die Bewegung wieder aufwärts gerichtet sein, käme das der Auffassung von der Regel eines etwa 7—9 Jahre währenden Konjunkturzyklus' mit ungefähr dreijähriger Phasenfolge nahe.

A 2b) Auch für den Produktionsindex der Textilindustrie wurde eine Glättung durch den gleitenden Dreimonatsdurchschnitt erreicht (s. Kurve III). Es ist derselbe, der der eingehenderen Konjunkturschilderung (III) zugrunde liegt. Dort wurden die Bewegungen bereits im einzelnen geschildert, so daß hier lediglich zusammengefaßt zu werden braucht. Die Jahre 1924—1934 enthalten vier (fünf) Bewegungsfolgen, die als Konjunkturzyklen anzusprechen sind. Ihre Dauer ist etwa folgende:

1. 1924—1926.

Aufschwung	Herbst 1924 bis Frühjahr 1925
Hochspannung	Frühjahr 1925 bis Ende 1925
Krisis	September, Oktober 1925
Abschwung und Depression	bis Mai 1926
Tiefstand	Mai 1926

2. 1926—1929.

Aufschwung	Mitte 1926 bis Ende 1926
Hochspannung	Anfang 1927 bis Anfang 1928
Krisis	Anfang 1928
Abschwung und Depression	Anfang 1928 bis Mitte 1929

3. Mitte 1929 bis Anfang 1931.

Aufschwung	Mitte 1929 bis Ende 1929
gewisse Höhenlage	Ende 1929 bis April 1930
Krisis	April 1930
Abschwung und Depression	April 1930 bis Anfang 1931
Aufschwung	Anfang 1931

4. Anfang 1931 bis Mitte 1932.

Aufschwung	Anfang 1931 bis April 1931
Höhenlage	bis Ende 1931
Krisis	Anfang 1932
Abschwung und Depression	Mitte 1932
Aufschwung	Mitte 1932

5. Ab Mitte 1932.

Mitte 1932 hat die Depression ihren Tiefpunkt erreicht. Die Bedarfsstauung muß sehr stark gewesen sein. Mit der zum Jahresende beginnenden Saisonaufwärtsbewegung setzt ein konjunktureller Aufschwung ein, der sich in das Jahr 1933 und von da ab in 1934 hinein als Mengenkonjunktur fortsetzt.

Der Zeitraum nach 1929 hat als Ganzes gesehen durch die ständig zunehmende Arbeitslosigkeit und andere wirtschaftliche Schrumpfungserscheinungen bis Mitte 1932 durchaus nicht mehr den Charakter zweier Konjunkturzyklen, sondern gleicht eher einer einzigen kontinuierlichen Depression (oder auch sogar einem strukturellen Abfall) mit gelegentlichen Hebungen.

A 3a) Der gesamte Kurvenverlauf der TFP hat — wie bereits oben erwähnt — in gewisser Hinsicht den Charakter einer „einmaligen" Bewegung. Sie erstreckt sich in steter Abwärtsbewegung von Anfang 1928 bis zum Ende der Darstellung 1934. In dieser Bewegung sind (Kurve II, III) zwei Entwicklungsbrüche festzustellen, deren Ursache jedoch nicht klar erkenntlich ist. Der erste Bruch liegt etwa im Herbst des Jahres 1927. Hier fällt der Index von 119,5 auf 103,0 (gleit. Dreimon.-durchschn.), bzw. von 134,0 auf 95,8 (Ursprungsindex), um die alte Höhe nicht wieder zu erreichen. Der zweite Bruch vollzieht sich im Herbst 1930; die Kurve fällt hier von 74,1 auf 51,4 (75,8 auf 44,6). Auch hier wird die alte Höhe nicht mehr im entferntesten erreicht. Der Grund mag vielleicht darin liegen, daß zunächst die Werbetätigkeit saisongemäß gegen das Jahresende hin eingeschränkt wurde, sich danach jedoch die allgemeine Konjunkturlage als so bedenklich zeigte, daß die Werbung überhaupt nicht wieder im alten Umfang aufgenommen wurde.

A 3b) Zwei große Bewegungsrichtungen sind bei der Textilindustrie festzustellen. Die erste reicht von 1924 bis 1927. Sie ist ungefähr ausgeglichen horizontal. Die zweite von 1928 ab — sie

entspricht der stetigen Schrumpfung der Wirtschaft und verläuft bis Mitte 1932 abwärts gerichtet; von da ab als Mengenkonjunktur leicht ansteigend.

Typische Bewegungsbrüche sind kaum feststellbar. Als solche wären etwa anzusehen: 1. der Kriseneinbruch von 1926 als Reaktion auf die Investitionskonjunktur nach der Inflation, dem eine erhebliche und recht plötzliche Aufwärtsbewegung folgte. 2. Die durch die Faserstoffverordnung im Juli 1934 für kurze Zeit hervorgerufene Produktionsdrosselung. Von reinen Entwicklungsbrüchen mit strukturellen Auswirkungen ist die Produktionskurve der allgemeinen Textilindustrie ebenso wie der Baumwollindustrie in der behandelten Zeit frei.

B. Die Bewegungsverflechtung (Korrelation).

In seiner Konjunkturlehre schreibt W a g e m a n n über die Korrelation: „Man versteht darunter die mehr oder minder große Übereinstimmung oder Gegenläufigkeit im Verlauf verschiedener Zahlenreihen." Dabei weist er auf die Wichtigkeit des Auffindens gleichbewegter Reihen für die theoretische und besonders auch für die praktische Arbeit hin, und stellt dann folgende vier Grundformen in der Konstellation der Reihen zusammen (Ernst Wagemann, „Konjunkturlehre", Berlin 1928, S. 93/94):

1. Gleichbewegung (gleichgerichtete Bewegung gleicher Intensität),
2. „Strahlenbündel" (Bewegung gleicher Richtung nicht gleicher Intensität),
3. Folgebewegung,
4. Gegenbewegung (Scherenbewegung).

Bei der nun folgenden gemeinsamen Betrachtung des Bewegungsverlaufs der Textil-(Baumwoll-)produktion (TW-Index) und des Anzeigenmengenindex der fünf Organe der Textilfachpresse (TFP-Index) treten alle obigen Konstellatiosformen auf. Die Gleichbewegung ist am seltensten, „Strahlenbündel", Folge- und Gegenbewegung am häufigsten. Für die monatliche Betrachtung der Bewegungen wird die Kurve II, zur Behandlung der größeren Bewegungsfolgen die Kurve III herangezogen, das den Verlauf in übersichtlicherer Form enthält, und die konjunkturellen Wendepunkte klarer heraustreten läßt.

1926. Das Jahr 1926 ist durch den großen Kriseneinbruch in der Jahresmitte für eine monatliche Einzelbetrachtung weniger günstig. Der TFP- und TW-Index zeigen (Kurve III) im ganzen eine fünfmonatige Senkung (bis Mai). Der Anstieg dagegen währt bei TW sieben, bei TFP nur drei Monate. TW hält sogleich die Werbetätigkeit zurück, wenn ihr Aufstieg „von selbst" weitergeht. Die TFP-Kurve zeigt in diesem Falle bereits ihre ständige Neigung zu fallen. Sie stützt sich durch Sonderanstrengungen bis die Saisonbewegung sie wieder hinaufträgt.

Die konjunkturelle Bewegung von TW, die mit der Wende Mitte 1926 einen neuen Aufschwung beginnt, macht die TFP-Kurve in der Aufwärtsbewegung nur verkürzt mit. Die jetzt folgende Hochspannung (Anfang 1927 bis Anfang 1928) enthält alle Konstellationsformen, die sich aus den verschieden gelagerten Saisonbewegungen (Resultat von jeweils vorbereitender Werbetätigkeit und der Beschäftigung für die Lager) ergeben.

1927. Nach 1926 entspricht der Produktionsumfang etwa wieder dem Bedarf, den er vorher weit unterschritten hatte. Es erweist sich von neuem, daß der TFP-Index zwar mit der TW-Kurve ansteigt, aber sogleich abfällt, wenn die Produktion sich ohnehin stetig vergrößert. November—Dezember 1926 steigt die Produktion und der TFP-Index. Dezember—Januar steigt die Produktion weiter in — der TFP-Index sinkt gleichzeitig und zum Februar gemeinsam mit der TW-Senkung. Ab Februar steigt die Produktion bis Mai — der TFP-Index nur bis März, um beim Abfall seinen Tiefpunkt im Mai gleichzeitig mit dem Höhepunkt des TW-Index zu erreichen. Gleich umgekehrt verläuft die Bewegung im darauffolgenden Monat. TW steigt dann bis September — TFP nach einem geringen Abfall im Juli (Saisonbewg.) gleichfalls bis September. Der Abstieg verläuft für TW stetig bis Dezember, während TFP vorher im Oktober noch einmal stark abfällt und dann zum Dezember wieder sehr ansteigt, aber die Höhe vom September nicht wieder erreicht.

1928. Die Aufwärtsbewegung der Großhandelspreise ist abgeschlossen (vergl. Kurve IV) — die Produktion für die Lager des Einzelhandels hält zurück. Februar 1928 beginnt ein konjunktureller TW-Abstieg, der bis Mitte 1929 währt. Er zieht die TFP-Kurve bis Mitte 1928 mit hinab. Dann jedoch läuft die TFP-Kurve gegen die Konjunktur der TW (s. Kurve II). Offenbar versucht eine verstärkte Werbetätigkeit in der Produktionssphäre den Abstieg aufzuhalten. Allerdings ist die Werbung durchwegs nur darauf gerichtet, eine Aufwärtsbewegung in Gang zu bringen. Verläuft die TW-Bewegung horizontal, setzt die Werbung sofort aus, wie Kurve II zeigt. (Vergl. TW — Juni/Oktober 1928 horizontal und TFP — Juni/Juli: Abfall; Juli/August; Steigung von 73 auf 125; August/Oktober: Abfall auf 95.)

1929. Die Abwärtsbewegung setzt sich durch bis zur Jahresmitte als dem Ende der Depression. Bei beiden Kurven ist die Senkung in etwa gleicher Intensität vorhanden, wenn auch die TFP-Kurve einmal im März eine jahreszeitliche Spitze aufweist. Im Juli ist der Tiefpunkt erreicht. Der TFP-Index steigt steil zum August auf gemeinsam mit der TW-Kurve, die jedoch weiter ansteigt bis Oktober und dann etwa das Niveau in das Jahr 1930 hinein bis April hält. In diesem Zeitraum fällt der TFP-Index erheblich ab. Er sinkt bis Dezember 1929 und geht dann gleich-

falls (nach kurzer Aufwärtsbewegung zum Februar) bis April 1930 hinunter.

Ab 1930. Mit dem konjunkturellen Abstieg des Jahres 1930 beginnen sich die TFP- und die TW-Kurve zu trennen.

Vergleicht man die Bewegungen der Kurve II, so zeigt sich konjunkturell bis zum Jahre 1929 eine auffallende Gleichförmigkeit des Verlaufs beider Kurven. Ab 1930 erhebt sich der TFP-Index nicht mehr über den TW-Index. Die Bewegung wird gemäßigter und ist gleichmäßig abwärts gerichtet. Das Jahr 1930 hat im Hinblick auf diese Wandlung etwa den Charakter einer Übergangszeit. Allmählich vollzieht sich der Prozeß einer strukturellen Wandlung in dem Anzeigengeschäft der Textilfachpresse. Von dem Ende 1930 zugleich mit dem Saisonabfall eintretenden Entwicklungsbruch erholt sich der TFP-Index nicht wieder. Seine jeweiligen Anstiege erreichen nur sehr selten wieder die Höhe vorangegangener Erhebungen.

Die TW-Kurve führt ihren Verlauf ab 1930 langsam zunächst bis Anfang 1931 absteigend fort, setzt sodann zu einem erneuten Aufstieg an, der bis Ende 1931 reicht, und fällt sodann in eine scharfe Depression bis Mitte 1932.

Die TFP-Kurve macht diese Bewegung nur in sehr abgeschwächter Form mit; aber die Senkungen sind fast durchweg stärker als die Anstiege. Im einzelnen ist die Korrelation etwa — entsprechend der Zeit vor 1930 — folgende: Ist die TW-Kurve horizontal gerichtet, fällt die TFP-Kurve. Steigt der TW-Index an, geht der TFP-Index nur für einen Teil der Bewegung mit; er fällt gewöhnlich noch in der Aufwärtsbewegung der TW-Kurve. Ein Abstieg des TW-Index ruft regelmäßig einen ungleich erheblicheren Abfall des TFP-Index hervor. Nach 1930 gehen die Abfälle und Anstiege der TFP-Kurve kaum über 15 Indexpunkte hinaus — gegen 50 — 1928, und durchschnittlich 30 von 1927 bis 1929.

Erklärung der Entwicklung.

Für das strukturelle Absinken des Anzeigenmengenindex sind etwa folgende Ursachen zu erkennen.

1. Wie Kurve IV veranschaulicht, beginnen ab 1928 die Großhandelspreise für Textilrohstoffe und dann ab 1929 die Großhandelspreise für Textilfertigwaren zu fallen. Parallel mit dieser Bewegung vermindert der Einzelhandel seine Lager, da er keine Wertsteigerung durch Preiserhöhungen mehr erwarten kann. Der Einzelhandel bestellt nur noch nach dem Umsatz, der gleichfalls erheblich zurückgeht. Das Ergebnis ist für Industrie und Großhandel, daß ihr Umsatz von den Einkommensverhältnissen des letzten Verbrauchers weitgehend abhängig wird. Das äußert sich zunächst in kurzfristigen und relativ kleineren Aufträgen an die Industrie, was bereits verschiedentlich erwähnt wurde. Industrie

und Großhandel beginnen im Zuge dieser Entwicklung durchgreifende Rationalisierungsmaßnahmen. Gemäß der verbreiteten Auffassung, daß die Werbetätigkeit vom Umsatz abhängig zu machen sei, wird die Werbung mit dem sich vermindernden Umsatz zunehmend eingeschränkt. D. h., daß an die Fachpresse ebenfalls nur kurzfristige Anzeigenaufträge vergeben werden — entsprechend dem Auftragseingang von seiten des Einzelhandels an Großhandel und Industrie. Diese kurzfristigen Anzeigenaufträge erzwingen größere Anstrengungen der TFP und ermöglichen zugleich den Auftraggebern eine weitgehende Anpassung ihrer Werbetätigkeit an die Lage.

2. Da die konjunkturelle Situation in der Textilwirtschaft ab 1929 ständig weitere Schrumpfungserscheinungen aufwies und sich Aufschwungsaussichten für längere Zeit gar nicht zeigten, gingen die Anzeigenaufträge selbst nach kurzen Produktionssteigerungen mehr und mehr zurück. Sie wiesen den gleichen Schrumpfungsvorgang auf wie die Wirtschaft; nur, da Inserate weder zum starren noch zum elastischen Bedarf gehören, in weit stärkerem Maße. Diese Zusammenhänge erklären die Entwicklung bis zum Depressionstiefstand Mitte 1932.

3. Zu diesem Zeitpunkt war der Bedarf derart eingeschränkt, und die Preise so gesunken, daß eine Produktionssteigerung von sich aus notwendig wurde, um wenigstens den laufenden Bedarf und den durch die Preissenkung hinzukommenden Konsum zu befriedigen. Diese Zwangsläufigkeit ließ jede Werbetätigkeit überflüssig erscheinen. Die Produktion begann notwendig „von selbst" anzulaufen.

Mit der Nationalen Revolution begann eine neue Wirtschaftsepoche — die Mengenkonjunktur setzte sich weiter durch. Die Arbeitsbeschaffung schuf erneut Bedarf an Textilien. Wieder erschien Werbung unnötig — die Industrie war beschäftigt, ja ihre Beschäftigung stieg konjunkturell fortwährend. Damit ist auch das weitere Absinken der TFP-Kurve nach 1933 in der Hauptsache erläutert.

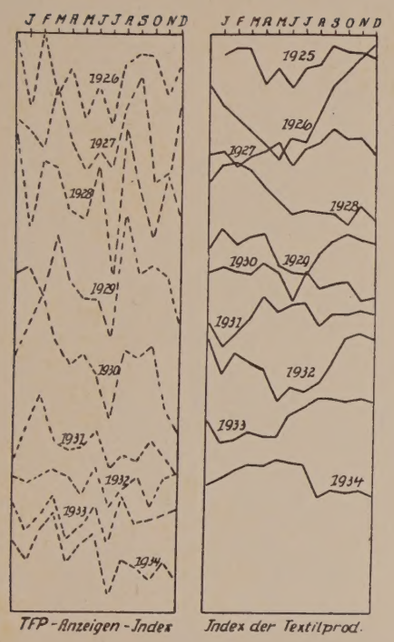
Die Werbetätigkeit in der Produktionssphäre wird vermutlich solange zurückhalten, wie die Industrie sich auf die Mehrbeschäftigung aus der Arbeitsbeschaffung und alle mit ihr zusammengehörigen Maßnahmen einrichtet. Erst, wenn Textilindustrie und Großhandel den jahrelang eingeengten Bedarf befriedigt haben und der Wirtschaftszweig seiner Kapazität nahekommt, wird die Werbetätigkeit mit den dann beginnenden normalen Konkurrenzverhältnissen wieder aufleben.

Mengenindex abgedruckter Anzeigenseiten von fünf Textilfachblättern.
(Vgl. Kurve III)

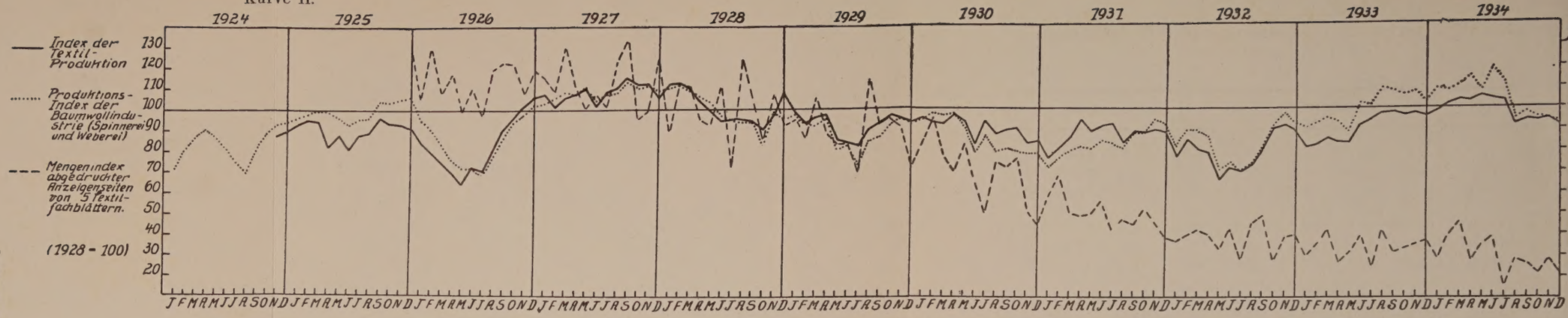
	1926	1927	1928	1929	1930	1931	1932	1933	1934
Januar	121,8	114,1	109,2	91,2	83,9	56,8	38,2	34,4	34,9
Februar	114,0	118,0	104,8	95,4	85,5	59,1	39,0	35,3	37,9
März	118,3	116,6	106,6	93,9	80,9	56,2	39,7	34,2	37,5
April	107,9	114,1	99,6	93,2	73,5	49,8	37,4	33,0	35,9
Mai	108,8	106,5	99,8	85,6	69,3	51,2	37,8	31,9	33,5
Juni	102,0	103,1	92,1	79,0	62,7	48,9	34,1	31,4	29,5
Juli	108,8	110,1	103,0	89,1	63,2	48,0	34,9	35,1	27,4
August	112,8	119,5	100,1	92,2	65,5	44,2	33,6	32,8	23,3
Septbr.	121,0	117,7	101,1	97,5	74,1	47,6	33,5	35,5	25,4
Oktober	117,2	103,0	98,7	93,3	66,7	43,9	34,6	33,2	25,1
Novbr.	116,1	103,1	95,1	86,6	57,5	45,4	38,3	34,8	23,5
Dezbr.	114,0	101,1	98,4	82,6	51,4	40,3	35,6	33,4	—

(Gleitender Dreimonatsdurchschnitt)
(1928 = 100)

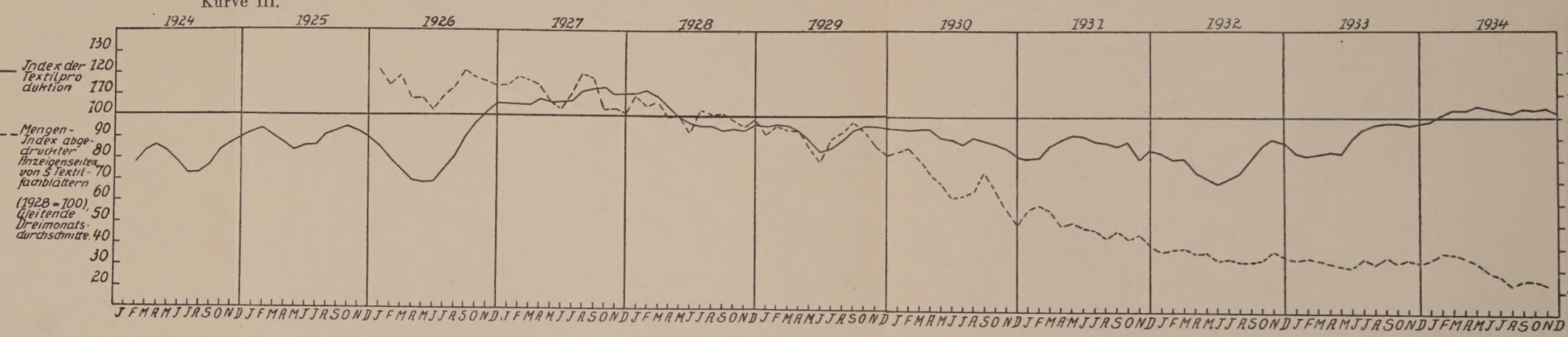
Kurve I.



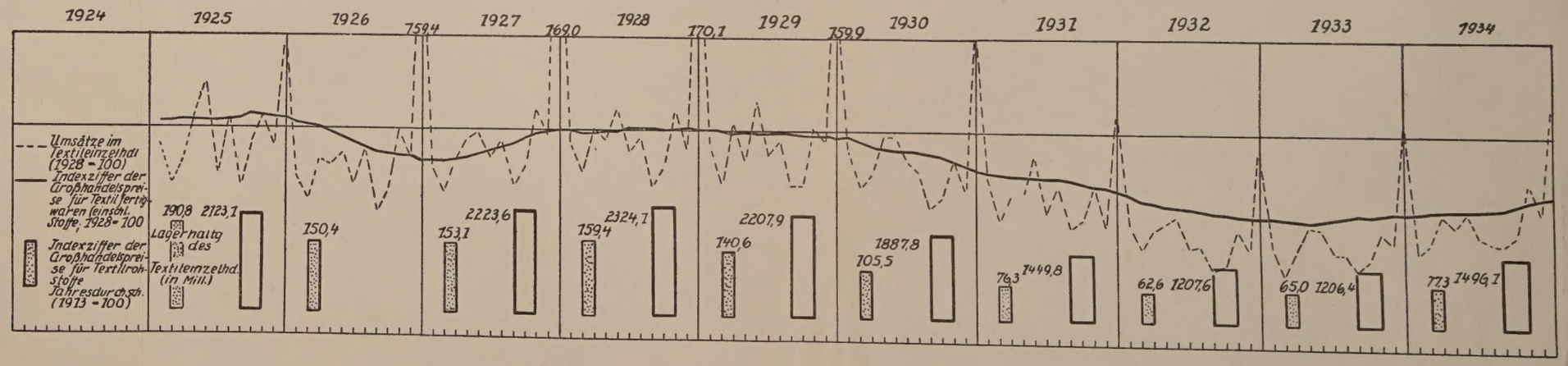
Kurve II.



Kurve III.



Kurve IV.



Lebenslauf.

Am 5. November 1912 wurde ich — Johann Stöhr — als Sohn des Bankbeamten Leonhard Stöhr und seiner Ehefrau Dora, geb. Keibel, in Berlin-Charlottenburg geboren. Ich besuchte zunächst von 1918 bis 1928 das Helmholtz-Realgymnasium in Berlin-Schöneberg und dann das Falk-Realgymnasium in Berlin W 35, das ich Ostern 1932 mit dem Zeugnis der Reife verließ. Zum S.-S. 1932 ließ ich mich an der Friedrich-Wilhelms-Universität in Berlin als Student einschreiben, um Volkswirtschaft, Zeitungswissenschaft und Philosophie zu studieren. Im Jahre 1934 genügte ich meiner studentischen Arbeitsdienstpflicht im Arbeitslager Saleskerstrand in Pommern, und wurde zum Wintersemester 1935/36 exmatrikuliert.